



**Centro Universitário de Brasília
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD**

JULIANA LOURENÇO DA SILVA MACEDO CARVALHO

**O FACEBOOK NA EDUCAÇÃO PÚBLICA INFANTIL:
ESTUDO DE CASO DE UMA ESCOLA DO DISTRITO FEDERAL**

Brasília

2017

JULIANA LOURENÇO DA SILVA MACEDO CARVALHO

**O FACEBOOK NA EDUCAÇÃO PÚBLICA INFANTIL:
ESTUDO DE CASO DE UMA ESCOLA DO DISTRITO FEDERAL**

Trabalho apresentado ao Centro
Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD)
como pré-requisito para obtenção de
Certificado de Conclusão de Curso de
Pós-graduação *Lato Sensu* em
Comunicação em Redes Sociais.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Carolina
Assunção e Alves

Brasília
2017

JULIANA LOURENÇO DA SILVA MACEDO CARVALHO

**O FACEBOOK NA EDUCAÇÃO PÚBLICA INFANTIL:
ESTUDO DE CASO DE UMA ESCOLA DO DISTRITO FEDERAL**

Trabalho apresentado ao Centro
Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD)
como pré-requisito para a obtenção de
Certificado de Conclusão de Curso de
Pós-graduação *Lato Sensu* em
Comunicação em Redes Sociais.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Carolina
Assunção e Alves

Brasília, 17 de fevereiro de 2017.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Gilson Ciarallo

Prof. Me. Luiz Cláudio Ferreira

Dedico este trabalho aos meus pais, irmão e demais familiares, grandes responsáveis pelo que sou e incentivadores para a realização dos meus objetivos. Aos amigos e colegas de trabalho, pelo constante apoio. Aos professores presentes no decorrer da minha trajetória acadêmica, mestres que me deram toda a base para a construção da carreira profissional.

AGRADECIMENTOS

Aos familiares, amigos e colegas de trabalho, agradeço pela compreensão e incentivo nas minhas decisões pessoais e profissionais. À professora Carolina Alves, pela dedicação e orientação em todo o percurso da pós-graduação. Aos demais professores do curso, por ministrar as disciplinas com disposição, qualidade e competência, permitindo um aprendizado prazeroso e eficiente.

A escola não pode ignorar a influência da internet na vida das pessoas da sociedade moderna. Ao contrário, a escola pode utilizar a internet como mais um recurso para dinamizar e facilitar o processo de ensino-aprendizagem.

(NASCIMENTO, 2007, p. 72)

RESUMO

A cada dia, a tecnologia se faz mais presente no cotidiano da sociedade e, com ela, as redes digitais adquirem maior espaço. A visibilidade, socialização, aquisição de conhecimentos e praticidade proporcionados aos usuários são características do universo digital que atraem, constantemente, mais interessados. Em relação às instituições educacionais, assim como em diversos setores, as mídias digitais e redes sociais estão, aos poucos, ocupando essa área. Esta pesquisa teve como objetivo verificar como o Facebook possibilita maior proximidade com a comunidade escolar (gestores, docentes, família e sociedade em geral), compreendendo o potencial do Facebook como recurso de integração escolar. O trabalho foi realizado com base em uma abordagem qualitativa a partir da fundamentação teórica sobre educação, comunicação, redes sociais, Facebook e as relações entre esses temas. Na discussão, foram utilizados conceitos de autores como Camila Porto (2014), Cicilia Peruzzo (1998), Manuel Castells (1999), Maria Aparecida Baccega (2000) e Raquel Recuero (2016). Além disso, foram aplicados questionários e a análise de métricas sobre a repercussão da página no Facebook da instituição de ensino público Jardim de Infância 108 Sul. Os resultados indicaram que membros da comunidade escolar julgam ser relevante e satisfatória a inserção da página como fonte de publicação de conteúdos de interesse geral e espaço para interação e proximidade entre os seguidores. Diante da pesquisa realizada, concluiu-se que o uso da página no Facebook como ferramenta de rede social traz benefícios significativos para o processo educacional, com a publicação de conteúdos de interesse coletivo e a possibilidade de interação e contato mais próximo entre os membros da comunidade escolar.

Palavras-chave: Facebook. Redes sociais. Escola pública. Educação Infantil.

ABSTRACT

Recently, technology is more present in the society daily routine, and along with it, digital networks have acquired a larger space. The visibility, socialization, knowledge acquisition and the convenience provided are characteristics of the digital universe that constantly allure more interested users. Regarding educational institutions, as well as various sectors, digital media and social networks are gradually occupying this area. This research aimed to verify how Facebook can provide greater proximity to the school community (managers, teachers, family and society in general), perceiving the potential of Facebook as a school integration tool. This work was carried out based on a qualitative approach based on the educational theoretical framework, communication, social networking, Facebook and the links between these subjects. In the discussion, concepts of authors such as Camila Porto (2014), Cicilia Peruzzo (1998), Manuel Castells (1999), Maria Aparecida Baccega (2000) e Raquel Recuero (2016) were used. In addition, questionnaires and metric analysis were applied on the impact of the Facebook page of the public kindergarten institution Jardim de Infância 108 Sul. The results indicated that the school community members believe to be relevant and satisfactory the insertion of the page as a content publishing source of general interest and as a space for interaction and proximity among the followers. Based on the conducted survey, it is concluded that the use of the Facebook page as a social networking tool brings significant benefits to the educational process, with the publication of collective interest content and the possibility of interaction and closer contact between members of the school community.

Keywords: Facebook. Social networks. Public school. Early Childhood Education.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|--|----|
| FIGURA 1 – Página no Facebook do Jardim de Infância 108 Sul..... | 32 |
| FIGURA 2 – Visão Geral..... | 33 |
| FIGURA 3 – Visualizações da Página..... | 35 |
| FIGURA 4 – Publicações e conexão dos seguidores..... | 36 |
| FIGURA 5 – Média de alcance e envolvimento das publicações..... | 36 |
| FIGURA 6 – Perfil dos seguidores..... | 38 |
| FIGURA 7 – Perfil das pessoas alcançadas..... | 38 |
| FIGURA 8 – Perfil das pessoas envolvidas..... | 39 |
| FIGURA 9 – Gráfico do perfil dos participantes..... | 41 |
| FIGURA 10 – Gráfico sobre perfil no Facebook..... | 41 |
| FIGURA 11 – Gráfico sobre seguidores da página..... | 42 |
| FIGURA 12 – Gráfico sobre o uso da página no processo educacional..... | 42 |
| FIGURA 13 – Gráfico sobre contribuição da página para interação..... | 43 |
| FIGURA 14 – Gráfico sobre o conteúdo da página..... | 43 |
| FIGURA 15 – Gráfico sobre publicação de eventos..... | 44 |
| FIGURA 16 – Gráfico sobre publicação de atividades cotidianas..... | 44 |
| FIGURA 17 – Gráfico sobre curtidas..... | 45 |
| FIGURA 18 – Gráfico sobre comentários..... | 45 |
| FIGURA 19 – Gráfico sobre compartilhamentos..... | 46 |
| FIGURA 20 – Gráfico sobre indicação da página..... | 46 |
| FIGURA 21 – Gráfico sobre nível de melhorias..... | 47 |
| FIGURA 22 – Gráfico sobre nível de satisfação..... | 47 |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 10 |
| 1 EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO | 12 |
| 1.1 Criança e Educação: formação e desenvolvimento da infância | 12 |
| 1.1.1 Qualidade na Educação Infantil | 13 |
| 1.2 Educação e Informática | 14 |
| 1.3 Educomunicação | 15 |
| 2 REDES SOCIAIS E O FACEBOOK | 18 |
| 2.1 Redes Sociais | 18 |
| 2.1.1 Presença Digital | 20 |
| 2.1.2 Mídias ou Redes Sociais? | 21 |
| 2.2 Facebook e Marketing | 23 |
| 2.2.1 Marketing no Facebook | 23 |
| 2.2.2 Páginas no Facebook | 24 |
| 2.2.3 Redes Sociais, Facebook e Educação | 26 |
| 3 METODOLOGIA | 28 |
| 4 ANÁLISE DOS DADOS | 31 |
| 4.1 Jardim de Infância 108 Sul | 31 |
| 4.2 Análise da página no Facebook | 32 |
| 4.2.1 Visão geral | 33 |
| 4.2.2 Visitas | 35 |
| 4.2.3 Publicações | 36 |
| 4.2.4 Pessoas | 38 |
| 4.3 Descrição e análise dos questionários | 40 |
| 4.3.1 Descrição dos questionários | 40 |
| 4.3.2 Análise dos questionários | 48 |
| CONCLUSÃO | 50 |
| REFERÊNCIAS | 52 |
| APÊNDICE A – Questionário, gráficos e resultados | 55 |

INTRODUÇÃO

Com a tecnologia cada vez mais presente no cotidiano, as redes sociais adquirem, dia após dia, maior espaço. Segundo levantamento realizado em 2015 pela empresa *GlobalWebIndex* (*apud* FARIA, 2016), cerca de 47% dos brasileiros possuem contas em redes sociais. Dentre elas, o Facebook lidera com 25% de acesso e participação. Já a pesquisa “Futuro Digital em Foco Brasil 2015”, divulgada pela consultoria *comScore* (*apud* OTONI, 2016), afirma que a população brasileira gasta 650 horas por mês em redes sociais, sendo 58 milhões de visitantes no Facebook.

A visibilidade, socialização, busca de conhecimento e praticidade que podem proporcionar aos usuários são características significativas do meio digital, conforme estudo feito, em 2014, pela empresa *PewGlobal* (*apud* FARIA, 2016) ao mostrar o perfil de comportamento dos brasileiros nas redes sociais. O destaque está em 89% dos usuários as utilizarem com o objetivo de socializar.

Sabe-se que comunicação e educação são áreas interligadas e a relação com as redes sociais digitais não é diferente. A partir desses dados, o presente estudo se propõe a verificar como o Facebook pode ser utilizado em prol da Educação Infantil no Jardim de Infância 108 Sul. Por pertencer à rede pública de ensino do Distrito Federal (DF), onde muitos recursos são limitados, a inserção da rede social pode servir de atrativo para a comunidade escolar.

O objetivo geral do trabalho é verificar como o Facebook pode possibilitar maior proximidade com a comunidade escolar (gestores, docentes, família e sociedade em geral). Como objetivos específicos, compreender o potencial do Facebook como recurso de integração escolar; verificar a opinião dos seguidores da página no Facebook sobre o uso dessa rede social como ferramenta de apoio ao desenvolvimento do processo educacional; observar quais tipos de postagens possuem maior repercussão (curtidas, comentários, compartilhamentos e reações) e quais as possíveis implicações disso para a educação infantil.

Para alcançar esses objetivos, devido ao assunto abordado e às análises necessárias, a pesquisa é de caráter qualitativo, realizada por meio de um estudo de caso sobre o uso do Facebook por escola pública de ensino do DF. Para a eficácia

da análise, foram aplicados questionários junto à comunidade escolar e a análise de dados (repercussão) das publicações na página da rede social.

Espera-se demonstrar com este estudo, a importância que o contato direto entre os membros da comunidade escolar pode refletir no desenvolvimento do ensino. Sabe-se que a interação escola, família e sociedade, a parceria adquirida e o contato direto são relevantes, principalmente, para o desenvolvimento das crianças. A possibilidade de a família acompanhar etapas que ocorrem no cotidiano em sala de aula, as atividades realizadas, os projetos institucionais, poder opinar e sugerir temas, avaliar os procedimentos adotados são alguns aspectos a serem considerados com o uso do Facebook e grandes benefícios que a rede social em análise, possivelmente, permite.

Esta monografia foi, então, estruturada em quatro capítulos.

No primeiro, apresenta-se uma discussão teórica sobre “Educomunicação”, com enfoque para a Educação Infantil. O segundo capítulo proporciona uma análise, também teórica, sobre as Redes Sociais, em especial o Facebook e a sua aplicabilidade no universo da Educação Infantil. No terceiro capítulo, apresenta-se, como estudo de caso e análise de dados, a metodologia utilizada no trabalho. Por fim, no quarto e último capítulo são apresentados os resultados da pesquisa sobre a página da instituição com os membros da comunidade escolar.

1 EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO

1.1 Criança e Educação: a formação e o desenvolvimento da infância

A psicopedagoga Martha Senfft (*apud* NUNES, 2003, p. 13) traz a mudança de opinião sobre a criança e seu papel na sociedade:

O conceito a respeito da criança e da infância mudou muito durante a história. Ela já foi considerada um ser inferior; uma tabula rasa; um peso para a família; importante para a família como força de trabalho; submissa ao estado; símbolo da maldade e do pecado e, portanto, devendo ser punida para ter um crescimento adequado e uma boa personalidade, postura esta que justificaria o castigo físico como método educativo, etc.

No entanto, de acordo com Senfft, a visão da infância começou a mudar a partir do século XIX, com a criação de estudos e sociedades voltadas à prevenção da criança. Exemplo disso é a Lei nº 8.069 (BRASIL, 1990), que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e determina outras providências acerca da proteção integral de pessoas até os 18 anos de idade.

Quanto à Educação Infantil, o artigo 29 da Lei nº 9.394 (BRASIL, 1996), conhecida como Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB), afirma que:

Art. 29 - A educação infantil, primeira etapa da educação básica, tem como finalidade o desenvolvimento integral da criança de até 5 (cinco) anos, em seus aspectos físico, psicológico, intelectual e social, complementando a ação da família e da comunidade. (BRASIL, 1996).

Já Cicília Peruzzo (1998) analisa o conceito de educação por meio do vínculo com a comunicação. Para ela, o termo educação está diretamente relacionado a educar para a sociedade.

É a socialização do patrimônio de conhecimento acumulado, o saber sobre os meios de obter o conhecimento e as formas da convivência social. É também educar para a convivência social e a cidadania, para a tomada de consciência e o exercício dos direitos e deveres do cidadão. (PERUZZO, 1998, p. 3).

Em consonância com Peruzzo, Baccega (2000, p. 95) afirma que a formação do cidadão crítico, atribuída à educação, torna-se cada vez mais necessária. O processo social educacional se faz presente desde o nascimento e,

principalmente, por meio da linguagem, é possível receber as análises da realidade feitas por gerações anteriores e, assim, desenvolver o próprio conhecimento.

1.1.1 Qualidade na Educação Infantil

Para Dourado e Oliveira (2009), discutir sobre a qualidade da educação requer, inicialmente, definir o que se entende por educação. De acordo com eles:

Para alguns, ela se restringe às diferentes etapas de escolarização que se apresentam de modo sistemático por meio do sistema escolar. Para outros, a educação deve ser entendida como espaço múltiplo, que compreende diferentes atores, espaços e dinâmicas formativas, efetivado por meio de processos sistemáticos e assistemáticos. Tal concepção vislumbra as possibilidades e os limites interpostos a essa prática e sua relação de subordinação aos macroprocessos sociais e políticos delineados pelas formas de sociabilidade vigentes. Nessa direção, a educação é entendida como elemento constitutivo e constituinte das relações sociais mais amplas, contribuindo, contraditoriamente, desse modo, para a transformação e a manutenção dessas relações. (DOURADO; OLIVEIRA, 2009, p. 203).

Corrêa (2003, p. 86), ao abordar sobre a qualidade na educação infantil, diz que todos os estudos sobre a área educacional tendem a debater, questionar e propor novas técnicas para uma possível melhoria na qualidade da educação. No entanto, a autora destaca que qualidade não deve ser traduzida em um conceito universal, mas sim que a sociedade, em sua diversidade, possa interpreta-lo e utiliza-lo de diferentes modos:

Sua 'definição', ainda que provisória, deve configurar-se como processo democrático, contínuo e permanente, que nunca chega a um conceito final e absoluto, devendo ser constantemente revisado e contextualizado no espaço e no tempo. Mais importante do que uma conceituação exaustiva, é o processo de sua discussão, do qual todos os envolvidos devem participar: educadores, famílias e crianças. Para além do âmbito técnico (da "excelência"), o conceito deve ser visto pelo âmbito filosófico: não é a busca da verdade absoluta, é campo de opções. Tomados esses cuidados, ou seja, estando claro que qualquer conceito de qualidade não é neutro e que implica opções, quando se toma o eixo da qualidade para avaliar a oferta de educação – no caso, a infantil – é possível, e necessário, fazer opções para desenvolver critérios "universais", embora situados historicamente, que se prestem a nortear essa avaliação. (CORRÊA, 2003, p. 88).

De acordo com a discussão de Corrêa, a definição de qualidade da educação é complexa e está em constante debate no âmbito educacional, em qualquer segmento.

Com isso, a partir dos autores analisados, o presente estudo tem como interpretação de qualidade de educação o processo adotado em determinado ambiente educacional que tenha como objetivo valorizar, democraticamente, cada etapa do desenvolvimento do indivíduo, independentemente da fase de ensino, conforme requisitos básicos definidos em acordo com a comunidade escolar e as leis que determinam parâmetros da educação.

1.2 Educação e Informática

Lombardi (1999, p. 124), ao tratar sobre a disseminação da informática no ambiente educacional, comenta que, devido à modernidade, o computador é utilizado na administração e no processo de ensino e aprendizagem de redes educacionais públicas e privadas, independentemente das condições de investimentos de cada uma. Para o autor, é fundamental, para os profissionais da área de educação, saber como o computador pode ser útil e produtivo no processo educacional. De acordo com ele:

O conhecimento que os homens possuem, não só daquilo que acontece nos arredores de onde vivem, aumenta as suas possibilidades de compreender este mesmo mundo e nele interferir. É por isso que toda esta revolução na comunicação permite muito mais do que a difusão e a socialização de informações entre os homens. Além de se comunicar, o homem passa a se transformar e a transformar a história. E, desta forma, a manipulação de informações adquire fundamental importância. (LOMBARDI, 1999, p. 126).

Ainda sobre os avanços tecnológicos na área da informática, Lombardi (1999, p. 126) expõe, como pontos positivos, a possibilidade da comunicação entre os indivíduos ocorrer com maior rapidez e eficiência, além do fato de expandir a capacidade de produção e transmissão de informações e conhecimentos.

Quanto às variadas opções de uso que a informática possibilita, Nascimento (2007, p. 38) destaca, além de comunicar, pesquisar, redigir textos, elaborar desenhos, efetuar cálculos etc. Por esse motivo, diante dos benefícios e utilidades disponíveis, o autor afirma que o computador é, hoje, importante recurso pedagógico. “Não há como a escola atual deixar de reconhecer a influência da informática na sociedade moderna e os reflexos dessa ferramenta na área educacional” (NASCIMENTO, 2007, p. 38).

Nascimento (2007, p. 39) ressalta, ainda, que o uso do computador na educação torna possível a dinamização do processo de ensino-aprendizagem e uma grande característica é a interatividade associada à multimídia. A possibilidade de ouvir rádio, assistir a vídeos, ler jornais e dialogar com outra pessoa, por exemplo, tornam-se diferenciais para a inclusão da informática no ambiente educacional.

No entanto, diante dos argumentos para inserir a informática na escola, Nascimento enfatiza que a percepção da necessidade e dos benefícios trazidos deve partir da comunidade escolar, visando ao ajuste do ensino às novas demandas sociais. “Para que os recursos e os benefícios da informática possam ser utilizados de forma consciente, eficaz e crítica, é necessário haver mobilização, discussão e reflexão” (NASCIMENTO, 2007, p. 39). De acordo com o autor, é preciso debater e definir qual será o objetivo da utilização da informática na escola, levando em consideração, primordialmente, os interesses e necessidades da comunidade escolar.

1.3 Educomunicação

Soares (2004) define o termo Educomunicação como um conjunto de ações que visa:

- 1 - integrar às práticas educativas o estudo sistemático dos sistemas de comunicação (cumprir o que solicitam os PCNs no que diz respeito a observar como os meios de comunicação agem na sociedade e buscar formas de colaborar com nossos alunos para conviverem com eles de forma positiva, sem se deixarem manipular. Esta é a razão de tantas palestras sobre a comunicação e suas linguagens);
- 2 - criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos (o que significa criar e rever as relações de comunicação na escola, entre direção, professores e alunos, bem como da escola para com a comunidade, criando sempre ambientes abertos e democráticos. Muitas das dinâmicas adotadas no Educom apontam para as contradições das formas autoritárias de comunicação);
- 3 - melhorar o coeficiente expressivo e comunicativo das ações educativas (Para tanto, incluímos o rádio como recurso privilegiado, tanto como facilitador no processo de aprendizagem, quanto como recurso de expressão para alunos, professores e membros da comunidade). (SOARES, 2004, p. 1).

Para Soares, é incontestável que a relação comunicação e educação produz significativas mudanças nas relações sociais e na forma como os grupos interagem.

De acordo com Soares (2003, p. 12), o educador tem a percepção de que não existe mais a posse da transmissão de conhecimento e o direito à palavra não é exclusivo do professor. Segundo Soares, o educador:

- É consciente que uma educação “de massa” e “multicultural” se situa além da simples aquisição de conhecimentos escolares;
- Vê nos meios uma riqueza pelos seus conteúdos informativos certos, mas também pela maneira em que eles fornecem uma representação do mundo: donde a necessidade de analisar e de comparar, visando retificar as ditas representações;
- O que é aprendido na escola extrapola o quadro escolar e prolonga na vida cotidiana. (SOARES, 2005, p. 10).

Soares, em um dos seus artigos sobre o tema, comenta também que o assunto em maior evidência na área da comunicação é “efetivamente o que denominamos como *mediação tecnológica na educação*” (SOARES, 2003, p. 6). Conforme o autor, esse campo envolve as mudanças consequentes dos avanços tecnológicos no cotidiano social e da utilização de ferramentas da informação nos processos educativos.

Em consonância com o autor, Sartori e Soares (2005, p. 12) afirmam que, hoje, “é preciso educar numa sociedade em que os dispositivos tecnológicos e midiáticos produzem outras sensibilidades, deslocalizam o saber, inauguram novas formas de expressão”. Para as autoras, comunicação e educação andam juntas.

Gutierrez, com base nas teorias de Paulo Freire, defendia que o processo comunicacional é fundamental à educação e que “o processo de aprendizagem é autêntico quando se efetua uma mudança naquele que aprende. Por esse motivo, a aprendizagem pressupõe a interação, o intercâmbio” (GUTIÉRREZ *apud* SARTORI; SOARES, 2005, p. 7). Para relacionar com o princípio do diálogo comunicativo, as autoras citam a dimensão de comunicação pessoal de Moran:

A comunicação caminha na direção da inclusão, da integração. Da inclusão de pessoas diferentes, de formas distintas de ver. Caminha na aproximação de mais pessoas, de mais grupos; no estabelecimento de vínculos, de pontes para aproximar-nos das pessoas, sem isolar-nos em grupinhos, “panelinhas”, ou seitas. [...] Pela comunicação não só expresso emoções, sentimentos, como também lido com afeto. Pela comunicação busco afeto, carinho, ser querido, amado. Se essas emoções são bem gerenciadas, são positivas, facilitaremos todas as atividades em todas as dimensões e

direções das nossas vidas. A rejeição, a falta de afeto, de aceitação nos desestrutura, nos joga para fora de nós mesmos numa busca frenética de qualquer compensação, reconhecimento, aceitação. (MORAN *apud* SARTORI; SOARES, 2005, p. 7).

Sobre a importância da mídia para a sociedade, especialmente na educação, Sartori e Roesler afirmam que:

A presença, cada vez mais intensa, das mídias na agenda do entretenimento e nos processos de criação, lazer, trabalho e formação exige dos educadores que concebam novos procedimentos didático-metodológicos e apresentem posturas que contemplem processos diferenciados de ensino e de aprendizagem, respeitando as sensibilidades e subjetividades advindas de um convívio maior com as mídias, suas linguagens¹ e processos comunicacionais que viabilizam. As mídias são muito mais do que recursos de ensino, são agentes sociais que abrem espaço para discussões a respeito da produção de sentido em nossa sociedade, ou seja, do modo como sentimos, entendemos, agimos e nos comunicamos no mundo em que vivemos, ampliando os horizontes da discussão sobre a formação de cidadãos capazes de agir no contexto social vigente. (SARTORI; ROESLER, 2007, p. 1).

Ao considerar o receio de alguns educadores em realizar mudanças ou abrirem espaço para as inovações no ambiente escolar, Sartori e Roesler afirmam que “o desafio aos educadores é entender as mídias como produtoras de cultura, conhecer as linguagens e reconhecê-las como um elemento constituinte de uma prática pedagógica educomunicativa” (SARTORI; ROESLER, 2007, p. 3).

Como ressaltam as pesquisadoras, a relação entre mídia e educação é, primordialmente, interpessoal. Independe, a princípio, das ferramentas tecnológicas, sejam elas sofisticadas ou tradicionais. Com isso, Sartori e Roesler (2007, p. 4) acreditam que a prática pedagógica, tendo como base o dialógico, visualiza essa interação (mídia/escola) como um fato complexo que precisa ser refletido, questionado e reconhecido.

Neste capítulo, foram vistas a relação entre educação e comunicação e algumas de suas vertentes como a tratada neste tópico: Educomunicação. No próximo capítulo, a fim de embasar a discussão sobre a inclusão de mídias digitais em ambientes educativos, serão discutidos tópicos sobre Redes Sociais, Facebook e a inserção na Educação.

2 REDES SOCIAIS E O FACEBOOK

2.1 Redes sociais

Ao discutir sobre o modelo de sociedade em rede, impulsionado com os avanços tecnológicos, em que as funções e processos dominantes estão organizados, cada vez mais, em torno de redes, Castells diz que:

Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades, e a difusão lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. Embora a forma de organização social em redes tenha existido em outros tempos e outros espaços, o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social. Além disso, eu afirmaria que essa lógica de redes gera uma determinação social em nível mais alto que a dos interesses sociais específicos expressos por meio das redes: o poder dos fluxos é mais importante que os fluxos do poder. A presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade: uma sociedade que, portanto, podemos apropriadamente chamar de sociedade em rede, caracterizada pela primazia da morfologia social sobre a ação social. (CASTELLS, 1999, p. 565).

Em relação ao conceito de rede social, Martha Gabriel diz ser uma estrutura, digital ou não, composta por diversos tipos, com base na interdependência desenvolvida. Para a autora:

Podemos definir rede social como estrutura social formada por indivíduos (ou empresas), chamados de nós, que são ligados (conectados) por um ou mais tipos específicos de interdependência, como amizade, parentesco, proximidade/afinidade, trocas financeiras, ódios/antipatias, relações sexuais, relacionamento, crenças, relacionamento de conhecimento, relacionamento de prestígio etc. (GABRIEL, 2010, p. 196).

A autora comenta o fato de as redes sociais serem um assunto antigo. Segundo ela, os primeiros estudos sobre o tema começaram no final do século XIX e se desenvolveram até a Teoria das Redes Sociais.

Segundo a Teoria das Redes Sociais, uma rede social é composta de atores (nós) e laços. Os nós são as pessoas ligadas pelos laços. O gráfico resultante dos laços entre as pessoas, normalmente, é bastante complexo e envolve muitos tipos de ligações entre eles. [...] O estudo dos laços em redes sociais é bastante importante para a análise do capital social de cada nó (indivíduo) – o valor que cada indivíduo recebe da rede social. A qualidade dos laços interpessoais de um nó e as

informações que esses laços circulam determinam o capital social desse nó. (GABRIEL, 2010, p. 199).

Sobre os números e estatísticas em redes sociais, a autora (2010, p. 203) afirma que mudam constantemente, conforme aumenta a quantidade de pessoas conectadas, além do surgimento contínuo de novas plataformas de redes sociais.

Já em relação à presença, cada vez maior, das redes sociais no cotidiano social, Viana e Mello afirmam que:

A viabilização da participação de um número maior e mais diversificado de pessoas em espaços públicos interligados virtualmente, a partir das diversas plataformas de redes sociais hoje disponíveis na internet - como Facebook, LinkedIn, Google+, entre outros -, permite que essas pessoas possam não apenas observar os debates que se disseminam nesses espaços, mas, principalmente, que passem a emitir opiniões e refletir mais sobre as opiniões ali disponibilizadas.

A cultura digital traz, em seu bojo, um aspecto colaborativo que se propaga por meio das mídias digitais disponíveis na internet, sendo esse contexto altamente estimulante da observação e do acompanhamento das discussões que estão em andamento - o chamado *furking* -, prática que, muitas vezes, com o tempo, acaba estimulando a participação ativa ou colaborativa dos usuários. (VIANNA; MELLO, 2013, p. 3).

Os autores comparam a fase atual com a época em que a televisão e o rádio eram os maiores meios de comunicação, porém de caráter unidimensional. Segundo eles, as novas tecnologias midiáticas “passam a nos estimular enquanto sujeitos ativos à colaboração com outros sujeitos, permitindo, inclusive, a realização de ações e dinâmicas impossíveis de serem realizadas anteriormente, por conta da ausência de tais ferramentas midiáticas” (VIANNA; MELLO, 2013, p. 3).

A partir disso, Vianna e Mello apresentam a ideia de Castells de que a posse do poder está em saber se comunicar. “Devemos aprender a nos comunicar e colaborar nessa sociedade altamente tecnológica da forma mais adequada e eficaz, conforme o interlocutor com o qual queremos interagir e com base na mídia e respectiva linguagem adotada” (VIANNA; MELLO, 2013, p. 3).

Em consonância e partindo da percepção de comunicação multidimensional, Mello e Assumpção esclarecem:

O cotidiano educacional edificado agora nas mídias digitais e em suas linguagens só vem reforçando ainda mais a necessidade de se repensar a educação a partir de práticas mais dia lógicas, mas não lineares. Há a necessidade de gestão do processo comunicacional mais eficaz para o real atingimento e até ganho nos objetivos educacionais, mas sem que o mesmo

engesse as buscas de respostas aos questionamentos passíveis de serem estimulados nos participantes junto a esses ambientes. Mais do que apenas as interações, é preciso que sejam repensados os processos comunicacionais desses espaços a partir das linguagens que serão adotadas, para que os participantes sejam estimulados a realmente interagirem com tais conteúdos e a construir suas próprias dinâmicas interativas, quer sejam essas interações com os conteúdos, com a máquina ou com os demais participantes desse espaço hipermediático. (MELLO; ASSUMPÇÃO, 2012, p. 6).

No entanto, além da identidade interativa das mídias digitais, as autoras comentam que é necessário repensar os processos de comunicação para esses ambientes, com base nas linguagens utilizadas para realizar o trabalho, “considerando o objetivo que se almeja atingir e a própria liberdade de criar novos significados que se deseje trabalhar nesse espaço” (MELLO; ASSUMPÇÃO, 2012, p. 11).

Ao considerar o uso das redes sociais na educação e suas consequências, Mello e Assumpção (2012, p. 15) alertam que esse processo deve ser planejado de forma cuidadosa, considerando as características da mídia e suas interferências na construção de relações e na comunicação. A partir desse planejamento, segundo as autoras, pode-se entender que os resultados serão positivos e possibilitarão maiores ganhos para a aprendizagem e para a formação de uma comunidade experiente em relações que tendem a se consolidar e ir além da rotina escolar. A utilização das redes sociais proporciona, assim, uma forma da instituição educacional desenvolver uma presença digital, um espaço próprio na internet.

2.1.1 Presença Digital

Para determinar o que é e a importância da presença digital para empresas ou instituições, Martha Gabriel afirma que:

Podemos definir presença como o estado de algo estar presente em algum lugar, ou seja, existir em um determinado momento, em um determinado lugar. Presença digital, portanto, refere-se à existência de algo (seres humanos, marcas, empresas, coisas etc.) no ambiente digital. A presença digital ocorre por meio de conteúdos digitais que repercutem algo. [...]
Não ter presença digital, significa não existir no mundo digital, na internet. (GABRIEL, 2010, p. 249).

Conforme a autora (GABRIEL, 2010, p. 250), há três tipos de presença digital: própria, gratuita (ganha) ou paga. A presença própria são os conteúdos digitais construídos pela própria entidade. A presença gratuita refere-se aos ativos

gerados e ganhos de forma orgânica na internet, seja por resultados de pesquisa em buscadores ou comentários e conteúdos gerados pelas redes sociais. Já a presença paga está relacionada aos ativos comprados, pagos, pela empresa ou instituição, como anúncios, *links* patrocinados etc. No contexto do espaço utilizado por instituições da rede pública de ensino, foco deste trabalho, a presença digital ocorre de forma própria e gratuita, ou seja, os conteúdos são elaborados por membros da escola e por ativos orgânicos da internet.

2.1.2 Mídias ou Redes Sociais?

Para conceituar mídias sociais, Torres (2009, p. 113) destaca que são ferramentas livres de transmissão de conteúdos e informações, disponíveis à participação e interação de todos.

As mídias sociais são sites na Internet que permitem a criação e o compartilhamento de informações e conteúdos pelas pessoas e para as pessoas, nas quais o consumidor é, ao mesmo tempo, produtor e consumidor da informação (...).

Nas mídias tradicionais, como a televisão, o rádio e a imprensa, embora haja algum nível mínimo de interação, o conteúdo é gerado por especialistas, como jornalistas, e controlado por alguns poucos proprietários destes meios de comunicação. Já nas mídias digitais não há nem controle nem propriedade: o próprio consumidor é quem produz a informação e julga o que vale a pena ser lido e divulgado. (TORRES, 2009, p. 113).

Segundo o autor, as mídias são colaborativas e sociais e, por isso, possuem ferramentas de relacionamento que permitem aos usuários que se conheçam, comuniquem-se, participem de grupos e comunidades de interesses comuns, etc. No entanto, por serem mídias, são capazes, também, de transmitir informações ao público que, além de poder ler, ouvir ou assistir ao conteúdo gerado, podem interagir com as pessoas que o criaram e os demais interessados.

Torres (2009, p.116) reflete, ainda, sobre a visibilidade e o sucesso das mídias sociais. “As mídias sociais têm enorme visibilidade, uma forte rede de comunicação baseada em relacionamentos, um conteúdo poderoso e em grande volume. Ou você participa e se envolve ou será envolvido”. Para o autor, elas suprem o desejo das pessoas:

Se observarmos atentamente, as mídias sociais resgatam, por meio da Internet, o modelo de comportamento mais básico do ser humano: um

animal social, que sempre viveu em grupo, se comunicou, se alimentou e criou de forma coletiva. [...] Elas simplesmente atendem ao desejo mais básico das pessoas e, ao mesmo tempo, as colocam no centro dos acontecimentos de sua tribo ou comunidade. (TORRES, 2009, p. 113).

Sobre a distinção entre mídias e redes sociais, Torres entende que as mídias sociais são o conjunto de todos os tipos de mídias colaborativas, como o Youtube, Twitter, Wikipedia, Facebook, blogs etc. Segundo ele, essas mídias podem ou não envolver redes sociais que, conforme a definição do autor, referem-se a sites ou ferramentas que permitem a interação e troca de informações entre pessoas que estão conectadas em redes. “Considero as redes sociais como parte das mídias sociais, já que elas também produzem conteúdo que é consumido e compartilhado na Internet”. (TORRES, 2009, p. 113-114).

Em consonância com Torres, Martha Gabriel (2010, p. 202) discorre sobre a importância de conceituar adequadamente mídias sociais, tendo em vista a comum confusão entre os termos “redes sociais” e “mídias sociais”. Segundo reflexão da autora:

Se, por um lado, redes sociais relacionam-se a pessoas conectadas em função de um interesse em comum, mídias sociais associam-se a conteúdos (texto, imagem, vídeo etc.) gerados e compartilhados pelas pessoas nas redes sociais. Dessa forma, tanto redes sociais como mídias sociais, em sua essência, não têm nada a ver com tecnologia, mas com pessoas e conexões humanas. A tecnologia apenas facilita e favorece a interação das pessoas e a criação e compartilhamento de conteúdos por elas. Assim, os sites de redes sociais, como o Facebook, por exemplo, são plataformas que possibilitam, facilitam e potencializam a conexão de pessoas com outras pessoas, ampliando o alcance das redes sociais pessoais, e ferramentas de armazenamento e compartilhamento que alavancam o volume de mídias sociais criadas pelas pessoas. Assim, um site de redes sociais on-line é apenas uma plataforma tecnológica que favorece a atuação das pessoas para interagir e compartilhar conteúdos em suas redes sociais. [...] Eventualmente, esses sites são chamados de mídias sociais, porque muitos dos conteúdos gerados por seus usuários ficam armazenados neles. Nesse contexto, de forma mais ampla, faz sentido que sejam chamados de mídias sociais. (GABRIEL, 2010, p. 202).

A autora destaca que Facebook e Twitter são exemplos de plataformas de redes e mídias sociais, não elas próprias. De acordo com ela, as redes sociais são as pessoas que se utilizam das estruturas desses sites para compartilhar conteúdos, além da possibilidade de ter perfis em mais uma plataforma de sites de redes sociais.

2.2 Facebook e Marketing

Sistema criado pelo americano Mark Zuckerberg e lançado em 2004, de acordo com Recuero (2009, p. 172), “o Facebook é, hoje, um dos sistemas com maior base de usuários no mundo”. Sobre o objetivo dessa ferramenta quando foi desenvolvida, segundo a autora:

O foco inicial era criar uma rede de contatos em um momento crucial da vida de um jovem universitário: o momento em que este sai da escola e vai para a universidade. (...) O sistema, no entanto, era focado em escolas e colégios e, para entrar nele, era preciso ser membro de algumas das instituições reconhecidas. (RECUERO, 2009, p. 172).

A partir de 2006, conforme Porto (2014, p. 38), o Facebook foi aberto e qualquer pessoa podia se registrar e participar da plataforma. Com o decorrer dos anos, a ferramenta ganhou mais usuários e se tornou referência para empresas e instituições que desejam aumentar a proximidade com seus clientes, fãs e seguidores por meio de estratégias de marketing direcionadas ao público presente no ambiente digital.

2.2.1 Marketing no Facebook

Reedy, Schullo e Zimmermann (2001, p. 26), ao discutirem sobre o marketing eletrônico, comentam que são todas as atividades digitais voltadas para a “produção ou comercialização de produtos ou serviços para satisfazer as necessidades e desejos de consumidor”. Segundo os autores, esse tipo de marketing torna-se dependente da tecnologia de redes para realizar pesquisas, elaborar estratégias, registrar avaliações e realizar serviços de atendimento aos consumidores.

Em consonância, Porto (2014, p. 30) traz a definição de Facebook Marketing. Segundo a autora, o termo se refere ao uso dos recursos e das ferramentas do Facebook com a finalidade de comunicar, vender e propagar informações. Para a autora, esse método não é restrito às empresas. Qualquer pessoa ou instituição pode fazer do seu perfil, grupo ou página um elemento-chave para uma estratégia de marketing. No entanto, ela alerta: “saber utilizar suas ferramentas, tomar cuidado com publicações indevidas e saber o que pode ser

compartilhado é um bom início para evitar problemas ou manchas na sua reputação” (PORTO, 2014, p.30).

Sobre o desenvolvimento de uma boa presença na plataforma, Porto (2014, p. 31-34) comenta que o uso das mídias sociais demanda bom senso. A autora reflete, ainda, que muitas pessoas costumam confundir liberdade de expressão com poder falar o que quiserem, o que pode se tornar um erro de etiqueta on-line ou postura profissional no Facebook.

A fim de facilitar o processo de incorporação à plataforma, Porto traçou etapas do ciclo do Facebook Marketing:

Construir – (...) Construir sua presença no Facebook, o lugar onde você realizará todas as suas ações, é ponto inicial desse ciclo.

Engajar – A partir da construção do seu canal, da sua “casa” no Facebook, conquistar fãs e propagadores da sua comunicação é importante. Por isso, estratégias de conteúdo e engajamento para criar uma comunidade é um ponto muito importante desde ciclo. Com pessoas engajadas, sua marca ganha visibilidade e credibilidade.

Amplificar – Oferecer recursos e formas de os seus fãs amplificarem sua comunicação, propagando para suas redes de amigos. (...)

Mensurar – Saber se suas ações estão gerando o resultado esperado é a etapa final do ciclo. A partir da mensuração de resultados, é possível saber se há alguma falha em etapas do ciclo ou se o seu trabalho está indo pelo caminho certo. (PORTO, 2014, p. 60-61).

Porto (2014, p. 102) destaca, ainda, que na era atual, da informação, a palavra-chave para gerar bons resultados é “relevância”. De acordo com a autora, tendo em vista a dimensão de conteúdos disponíveis no ambiente digital, quem conseguir apresentar o mais relevante e que atraia mais atenção dos possíveis consumidores serão os escolhidos e lembrados. Dessa forma, ela salienta que é necessário pensar em três fatores sobre o consumidor do seu conteúdo: o que ele quer, como ele quer e quando ele quer (PORTO, 2014, p. 103).

2.2.2 Páginas no Facebook

Em 2007, já com 58 milhões de usuários, de acordo com Porto (2014, p. 38), o Facebook desenvolveu, além dos perfis pessoais, as páginas de empresas, conhecidas como *fan pages*.

A partir dessa diferenciação, o Facebook conseguiu integrar dentro da mesma plataforma, consumidores e empresas, mas cada um com recursos

e funcionalidades específicas para suas necessidades. Ao oferecer essa diferenciação, o Facebook entende que pessoas possuem amigos, por isso, é possível adicionar como amigo um perfil pessoal. Já as marcas possuem fãs, pessoas que gostam dela, tendo em vista que não é possível ser “amiga” de uma empresa. (PORTO, 2014, p. 38).

Relacionado às páginas no Facebook, Porto (2014, p. 39) diz que são indicadas para “empresas, organizações, artistas ou marcas, que desejam utilizar o Facebook como uma ferramenta de Marketing”. Dentre suas características, está o número ilimitado de pessoas que podem “curtir” a página. Sobre as diferenças entre páginas e perfis, Porto destaca:

- Número ilimitado de fãs;
 - Dados e informações sobre o desempenho da página;
 - Utilização de aplicativos;
 - Utilização de todos os formatos de anúncios no Facebook;
 - Integração com sites e aplicativos;
 - Várias pessoas podem administrar a mesma página.
- (PORTO, 2014, p. 39).

Sobre a audiência possibilitada pelo uso das páginas no Facebook, Porto (2014, p. 55) afirma que elas oferecem uma arma poderosa: “a construção de uma comunidade de pessoas interessadas nela ou no que ela tem para compartilhar ou oferecer”. A partir disso, a autora comenta sobre a vantagem de quanto mais pessoas curtirem uma página, melhor.

Em consonância, quanto à vantagem em ter uma página no Facebook, Scott (2013, p. 230) esclarece que “é uma ótima maneira de dar o primeiro passo para que sua organização se envolva com as pessoas”. Além disso, segundo o autor, um fator de destaque é a capacidade das pessoas poderem curtir o que é publicado na rede social. “Quando usuários curtem sua página ou algo que você postou nela, isso aparece em seus perfis no Facebook para que seus amigos vejam” (SCOTT, 2013, p. 230).

Quanto ao método de avaliação da página, segundo Porto (2014, p. 296), entre as plataformas de redes sociais mais populares, “o Facebook é a que oferece a ferramenta mais robusta para a mensuração. O Facebook Insights é um recurso gratuito e disponível apenas nas páginas para a gestão de dados e métricas”. Para a autora:

O Facebook Insights é a ferramenta oficial do Facebook para mensurar o resultado de todas as estratégias de Facebook Marketing. É a partir dele que você saberá o quê, como, quando e por que seu conteúdo gera ou não engajamento, se seus anúncios trazem novos fãs ou seus posts estão gerando tráfego para seu site. (PORTO, 2014, p. 299)

Nesse contexto, Porto (2014, p. 297) define métricas como “dados isolados” que permitem mensurar um elemento ou ponto de estratégia. Como exemplos, cita o número de visitantes, seguidores e compartilhamentos em uma postagem.

2.2.3 Redes Sociais, Facebook e Educação

Ao abordar o tema Facebook e educação, Lúcia Amante (2014, p.38) comenta que o debate sobre a importância do uso das redes sociais no ambiente educacional é frequente. No entanto, segundo a autora, pesquisas revelam que as interações com os objetivos de aprendizagem ou relacionadas a usos educativos e contato direto com a escola ainda são limitadas.

Sobre a relação entre redes sociais e educação, os autores Moreira e Januário refletem sobre as diversas denominações dadas à sociedade e o fato de incorporar as redes sociais ao ambiente educativo ser algo inevitável:

O mundo globalizado em que vivemos atualmente originou uma “nova” sociedade com múltiplas denominações na literatura, como seja a de “sociedade de informação”, a de “sociedade de aprendizagem”, a de “sociedade do conhecimento” ou a de “sociedade em rede” em que o denominador comum é o reconhecimento do papel das tecnologias da informação e da comunicação na reconfiguração dos processos educativos. (MONTEIRO; MOREIRA *apud* MOREIRA; JANUÁRIO, 2014, p. 67).

Moreira e Januário (2014, p. 74), ao considerar as redes sociais como ambientes coletivos e colaborativos de comunicação e troca de informações, afirmam que elas “podem facilitar a criação e desenvolvimento de comunidades de prática ou de aprendizagem, desde que exista uma intencionalidade educativa explícita”.

Segundo os autores, as comunidades virtuais passaram a ser significativas opções à aprendizagem e aos contextos organizacionais. Com o suporte da tecnologia, a visibilidade aumentou e, a partir de então, tornaram-se

representantes de “ambientes intelectuais, culturais, sociais e psicológicos” (MOREIRA; JANUÁRIO, 2014, p. 74) que colaboram para a aprendizagem e possibilitam a interação entre os membros interessados.

Nesse sentido, os autores citam o privilégio que as redes desenvolvidas na internet têm para “pensar, criar, comunicar e intervir” (MOREIRA; JANUÁRIO, 2014, p. 79). Conforme eles, tal fato auxilia tanto a aprendizagem formal, quanto a informal e não formal.

A existência destes espaços não estruturados, afirma-se, pois, como uma oportunidade para a integração das diferentes aprendizagens, concebendo desta forma a educação como um todo. Esta perspectiva deve de futuro, inspirar e orientar as reformas educativas, tanto em nível da elaboração de programas como na definição de novas políticas pedagógicas. (MOREIRA; JANUÁRIO, 2014, p. 79)

Especificamente sobre o Facebook, Moreira e Januário (2014, p. 80-81) comentam que a ferramenta tem sido foco de diversas experiências no ramo educativo e, com base nos resultados apresentados, conclui-se que o alto potencial da plataforma permite pensar em um processo pedagógico diferenciado. No entanto, enquanto meio de rede social, o Facebook torna-se fonte de constante estudo e, ao mesmo tempo, receio. Profissionais da área da educação ainda se adaptam à ferramenta e buscam alternativas para sua implantação nos processos de ensino-aprendizagem.

Neste capítulo, foram apresentadas as relações entre Redes Sociais, Facebook e Educação, com ênfase na distinção entre redes e mídias sociais, importância da presença digital, caracterização do marketing no Facebook, conceituação e descrição das páginas no Facebook. Nos próximos capítulos, serão apresentadas a metodologia de pesquisa utilizada neste trabalho e, em seguida, a análise dos dados coletados para o estudo.

3 METODOLOGIA

A pesquisa, devido ao tema abordado e às observações necessárias, é de caráter qualitativo. Esse formato é definido, dentre outros aspectos, pela busca de compreensão de um grupo de pessoas, no caso deste estudo, a comunidade escolar. Lüdke e André (1986), ao definir a pesquisa qualitativa, apresentam cinco características básicas:

1. A pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como sua fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento. [...]
 2. Os dados são predominantemente descritivos. [...]
 3. A preocupação com o processo é muito maior do que com o produto. [...]
 4. O 'significado' que as pessoas dão às coisas e à sua vida são focos de atenção especial do pesquisador. [...]
 5. A análise dos dados tende a seguir um processo indutivo. [...]
- (LÜDKE; ANDRÉ, 1986, p. 11-13).

Diante dos levantamentos bibliográficos, dos questionários realizados com membros da comunidade escolar (gestores, docentes, família e sociedade em geral) e da mensuração de dados postados no *Facebook*, o trabalho tem como base metodológica o estudo de caso. Segundo Lüdke e André (1986, p. 17), “quando queremos estudar algo singular, que tenha um valor em si mesmo, devemos escolher o estudo de caso”. As autoras ainda destacam algumas características desse formato de pesquisa:

1. Os estudos de caso visam à descoberta.
 2. Os estudos de caso enfatizam a “interpretação em contexto”.
 3. Os estudos de caso buscam retratar a realidade de forma completa e profunda.
 4. Os estudos de caso usam uma variedade de fontes de informação.
 5. Os estudos de caso revelam experiências vicárias e permitem generalizações naturalísticas.
 6. Estudos de caso procuram representar os diferentes e às vezes conflitantes pontos de vista presentes numa situação social.
 7. Os relatos do estudo de caso utilizam uma linguagem e uma forma mais acessível do que os outros relatórios de pesquisa.
- (LÜDKE; ANDRÉ, 1986, p. 18-21).

Ainda sobre as definições de estudo de caso, Yin (2001, p. 33) comenta que, como estratégia de pesquisa, é “um método que abrange tudo – com a lógica de planejamento incorporando abordagens específicas à coleta de dados e à análise de dados”. O autor apresenta, também, o conceito de Schramm:

A essência de um estudo de caso, a principal tendência em todos os tipos de estudo de caso, é que ela tenta esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões: o motivo pelo qual foram tomadas, como foram implementadas e com quais resultados. (SCHRAMM *apud* YIN, 2001, p. 31).

Com a finalidade de verificar como a utilização do *Facebook* pode ser vantajosa para a Educação Infantil no Jardim de Infância 108 Sul, possibilitando maior proximidade com os envolvidos, foram desenvolvidas análises de dados, pelo Facebook Insights, da página da instituição, com base em métricas de avaliação de curtidas, comentários, compartilhamentos e possíveis reações nas postagens e, através da ferramenta *Google Docs*, de questionários fechados realizados com participação de membros da comunidade escolar (gestores, docentes, família e sociedade em geral).

Sobre o questionário como método de coleta de dados, Gil (2014) esclarece:

Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc. (GIL, 2014, p. 121).

Em consonância com Gil, de acordo com Marconi e Lakatos (2007, p. 98), “questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”. Dentre as vantagens dessa técnica destacadas pelas autoras, estão: atingir grande número de pessoas simultaneamente; obter respostas mais rápidas e precisas; menor risco de distorção, por não ter influência do pesquisador; maior uniformidade na avaliação, devido à impessoalidade do instrumento.

Os questionários com perguntas fechadas, segundo Marconi e Lakatos (2007, p. 101), também podem ser denominados limitados ou de alternativas fixas, tendo em vista que permitem ao informante a escolha apenas entre duas opções: sim e não. Esse formato objetivo, apesar de restringir a liberdade das respostas, tende a facilitar o trabalho do pesquisador (MARCONI; LAKATOS, 2007, p.102).

Quanto ao conteúdo, ressalta-se a segurança do pesquisador sobre a importância do assunto e o acesso, por parte dos entrevistadores, às informações necessárias para compreensão do questionário. Além disso, conforme as autoras

(MARCONI; LAKATOS, 2007, p. 107), para serem compreendidas com facilidade, as perguntas devem ser elaboradas de forma clara, objetiva e com linguagem acessível.

Com isso, baseado nos métodos apresentados e nos recursos utilizados, a pesquisa, exposta no próximo capítulo, será fundamentada na interpretação dos questionários, análise das respostas dos membros da comunidade escolar sobre a página da instituição no Facebook, e das métricas de avaliação sobre a repercussão dos conteúdos e postagens na plataforma, a partir de curtidas, comentários e compartilhamentos.

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Jardim de Infância 108 Sul

Inaugurado em 21 de agosto de 1961 e localizado na quadra 108 da Asa Sul, o Jardim de Infância 108 Sul pertence à rede pública de Educação Infantil do Distrito Federal. Atualmente, a escola atende cerca de 150 crianças com faixa etária de 4 a 6 anos.

Com aulas nos turnos matutino (7h30 às 12h30) e vespertino (13h15 às 18h15), o Jardim de Infância 108 Sul possui quatro salas de aula (azul, verde, amarela e rosa). No turno matutino, há uma classe para atender crianças portadoras de necessidades especiais, uma turma para o 1º período e duas para o 2º período. Já no vespertino, também há uma sala para atender crianças portadoras de necessidades especiais, porém duas turmas de 1º período e uma de 2º período. A sala para portadores de necessidades especiais (sala azul) atende duas crianças por turno, nas demais (verde, amarela e rosa) são atendidas 24 crianças. Em todas, há uma professora regente.

Quanto ao nível socioeconômico dos alunos e familiares, há significativa diversidade. A maioria das crianças utiliza o transporte escolar como meio para se deslocar de casa para a instituição e residem nas Regiões Administrativas do Distrito Federal (Cruzeiro, Guará, Paranoá, Planaltina, Samambaia, São Sebastião etc.).

Em relação à organização administrativa, a escola possui mais de 20 funcionários, pertencentes a: direção, secretaria, coordenação, monitoria, docentes, psicopedagogas, auxiliares pedagógicos e administrativos, auxiliares de cozinha, limpeza e segurança.

Além das atividades pré-estabelecidas, a instituição oferta projetos específicos para serem realizados com as crianças, dentre eles: leitura, brincando com o corpo, cineminha, alimentação saudável e inclusão digital.

A página da instituição no Facebook foi criada em 2015, com o objetivo de aproximar a comunidade escolar, proporcionar maior visibilidade, interação e contato com possíveis atividades e eventos realizados no cotidiano da escola.

4.2 Análise da página no Facebook

Figura 1 – Página no Facebook do Jardim de Infância 108 Sul



Fonte: <<http://www.facebook.com/ji108sul>>.

A página Jardim de Infância 108 Sul (Figura 1), inaugurada em agosto de 2015, proporciona à comunidade escolar maior acesso às atividades cotidianas, eventos e informações relacionadas à instituição escolar. Atualmente, a plataforma possui 168 curtidas.

A equipe que gerencia o espaço, composta por gestores e docentes da escola, procura publicar conteúdos atuais e contextualizados com a realidade vivenciada no dia a dia do Jardim de Infância 108 Sul. Álbuns de fotos e vídeos de acontecimentos interessantes, mensagens informativas, projetos realizados e campanhas educativas são alguns materiais postados na página.

Com espaços destinados a mensagens diretas e avaliações dos seguidores, a instituição visa maior proximidade e interação com membros da comunidade escolar.

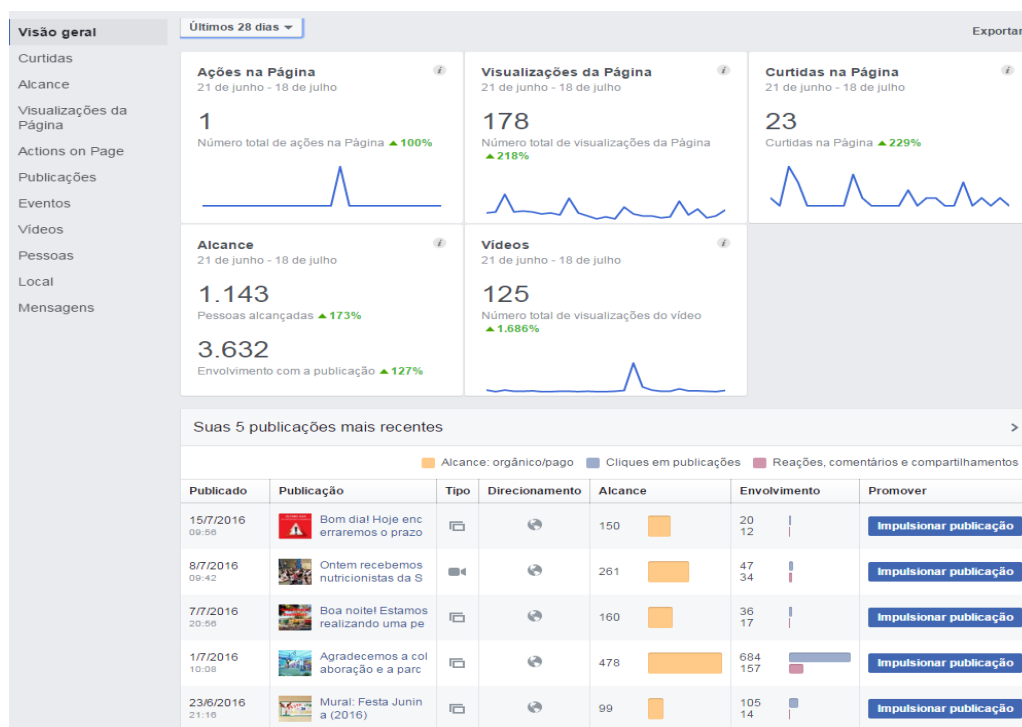
Quanto à repercussão gerada pelo número de curtidas, comentários e compartilhamentos de publicações, utilizou-se a ferramenta Facebook Insights para mensurar o desempenho da página. Segundo Porto (2014, p. 296), é um recurso exclusivo das páginas do Facebook que tem como objetivo gerenciar dados e

métricas. Para a autora (PORTO, 2014, p. 300), a função principal dessa ferramenta é auxiliar os administradores da página a saberem sobre o interesse dos seguidores e, a partir disso, tomar decisões.

O Facebook Insights é dividido em grupos de dados: visão geral, curtidas, alcance, visualizações na página (visitas), ações na página, publicações, eventos, vídeos, pessoas, local e mensagens. Para este trabalho, serão analisadas: visão geral (curtidas e alcance), visitas, publicações e pessoas. O período escolhido foi de 21 de junho a 18 de julho de 2016, tendo em vista que a página permite análise dos últimos 28 dias a partir da data de visualização.

4.2.1 Visão Geral

Figura 2 – Visão Geral



Fonte: <<https://www.facebook.com/ji108sul/insights/>>.

Segundo Porto, a guia visão geral (Figura 2) apresenta “informações relativas ao aumento da sua base de fãs (curtidas), ao alcance de suas publicações e ao envolvimento (o engajamento de propagação e de ação das suas postagens)” (PORTO, 2014, p. 300).

Nessa área podem-se visualizar os dados do dia, do dia anterior, dos últimos sete dias e dos últimos 28 dias. É possível verificar informações sobre o aumento de curtidas na página, o alcance e envolvimento das publicações e número de visualizações. Além disso, são exibidos resumos detalhados das cinco publicações mais recentes da página.

Quanto às curtidas é possível analisar dados sobre o progresso do número de fãs da página. Também se podem encontrar informações sobre o número de novos seguidores e suas origens.

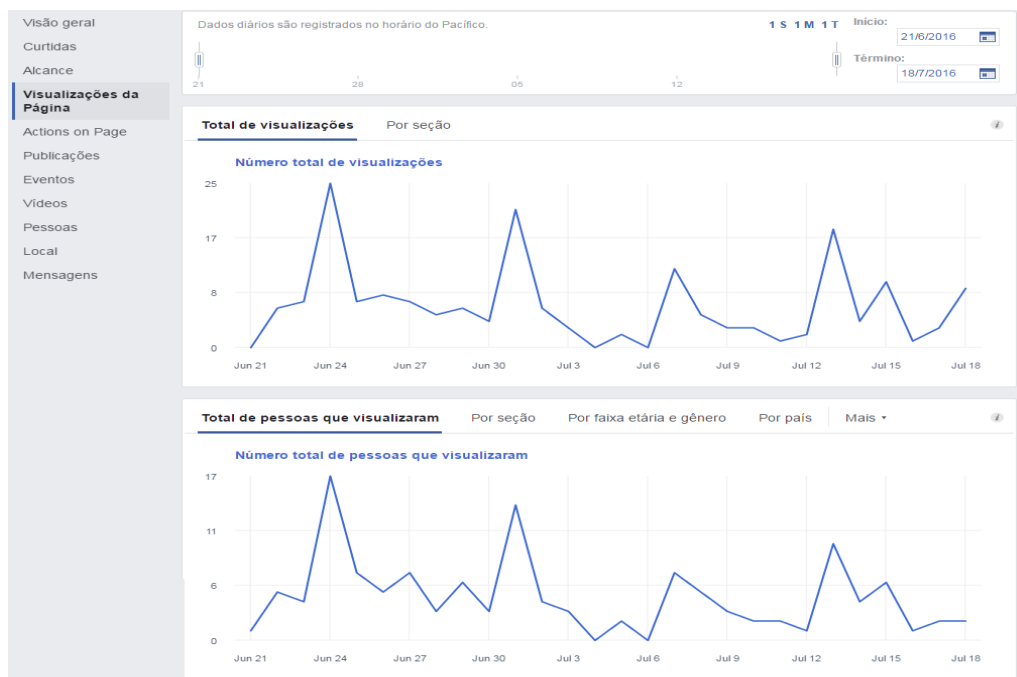
A guia alcance traz o acompanhamento do número de pessoas que foram impactadas pelas postagens ou informações sobre a página. Além disso, é possível avaliar quais engajamentos (reações, curtidas, comentários e compartilhamentos) contribuem mais para o aumento do alcance da página.

Conforme se observa na figura 2, portanto, no período em análise, 1.143 pessoas foram alcançadas, 3.632 envolvimento com a publicação, 178 visualizações da página, 125 visualizações de vídeos e 23 novas curtidas. Esses resultados apontam para aumentos significativos (mais de 100%) em comparação ao mês anterior.

A partir desses dados, é possível observar quais evoluções a página apresentou no decorrer de 28 dias. Com base nas publicações e consequentes repercussões, a equipe que administra a página pode analisar, de forma geral, os ganhos gerados no decorrer dos dias e, assim, planejar novas estratégias de divulgação de conteúdos.

4.2.2 Visitas

Figura 3 – Visualizações da Página



Fonte: <<https://www.facebook.com/ji108sul/insights/>>.

Nessa área é possível verificar o número de pessoas que visualizaram a página e suas seções (página inicial, outro, fotos, vídeos, avaliações e curtidas).

Porto sugere que, ao utilizar os dados disponíveis por essa guia, compare-os com os dados da área “Curtidas”, tendo em vista que isso permite a identificação do apelo que a sua página oferece para que se tenha mais seguidores. No caso, segundo a autora, “muitas visitas em um dia, com poucas curtidas, pode indicar que sua proposta de valor para seus visitantes não é suficiente para fazê-los curtir sua *fan page*” (PORTO, 2014, p. 302).

Conforme se observa na análise dos dados da figura 3, o primeiro gráfico apresenta quantas vezes a página foi visualizada e o segundo gráfico especifica quantas pessoas visualizaram a página. A partir disso, conforme o período em análise, observa-se que no dia 24 de junho de 2016 a página teve o maior número de visitas, com 25 visualizações e 17 visitantes, além do aumento de cinco seguidores. Esses dados podem ser referentes ao dia de comemoração da Festa Junina da instituição, onde a página foi citada como referência para postagens e compartilhamentos de fotos e vídeos do evento.

4.2.3 Publicações

Figura 4 – Publicações e conexão dos seguidores



Fonte: <<https://www.facebook.com/ji108sul/insights/>>.

Figura 5 – Média de alcance e envolvimento das publicações



Fonte: <<https://www.facebook.com/ji108sul/insights/>>.

Essa guia traz informações dados relevantes sobre os conteúdos publicados e o nível de alcance e engajamento dos seguidores. É possível verificar os horários e dias da semana em que a página foi mais acessada e qual tipo de conteúdo proporciona maior envolvimento.

Ao comentar sobre essa guia, Porto considera que é uma das mais relevantes do Facebook. Segundo a autora, “a partir do conteúdo que sua empresa gera é possível conquistar novos fãs, mais engajamento e propagação” (PORTO, 2014, p. 302).

Na figura 4, o gráfico apresenta dados coletados para o período da última semana de análise deste trabalho, onde domingo foi o dia em que mais pessoas estiveram conectadas (153). Pode-se notar, também, que os horários de mais presença dos seguidores são nos períodos da tarde e noite.

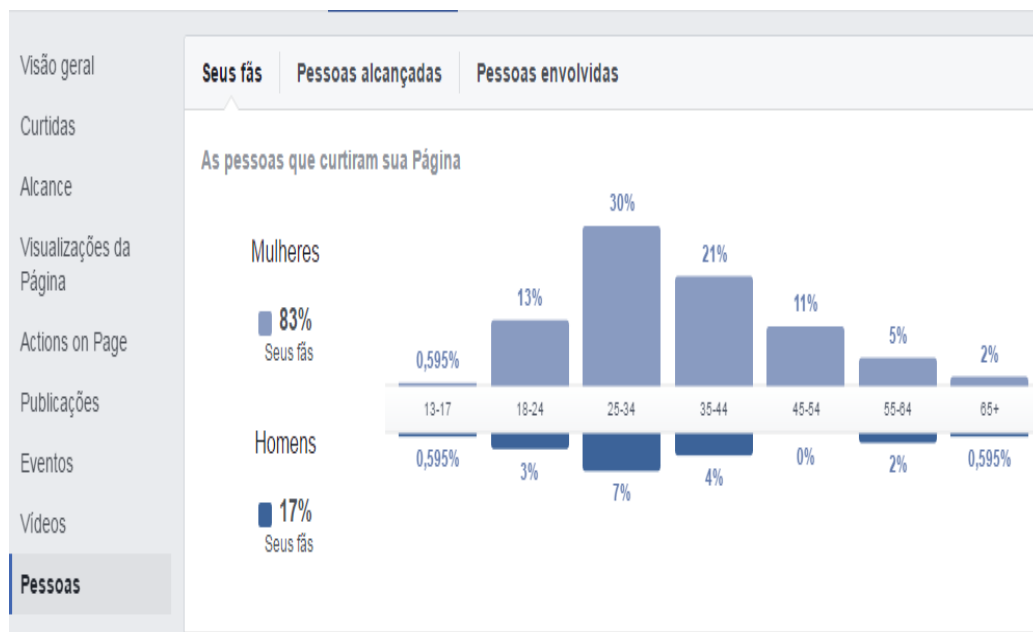
A partir disso, observa-se que os seguidores estão conectados durante todo o dia, no entanto, com maior frequência no decorrer da noite, antes da madrugada. Com esses dados, pode-se definir o período noturno como “horário nobre”, segundo Porto (2014, p. 303) para priorizar as postagens de conteúdos. Quanto aos dias da semana, não foram apresentadas mudanças significativas sobre o número de pessoas conectadas.

Quanto à figura 5, é possível verificar dados referentes à média de alcances e envolvimento dos tipos de publicações da página. Em relação aos vídeos, eles obtiveram 261 alcances, 47 cliques e 34 reações, comentários ou compartilhamentos. Sobre as fotos publicadas, 199 alcances, 178 cliques e 35 reações, comentários ou compartilhamentos.

Em relação aos tipos de publicação, como Porto (2014, p. 303) salienta, fotos e vídeos são formatos de conteúdo que ocupam maior espaço no feed de notícias e, portanto, atraem mais atenção dos visitantes. Na análise dos dados da página em questão, percebe-se que, quando apenas textos ou links são publicados, o número de curtidas ou visualizações é menor.

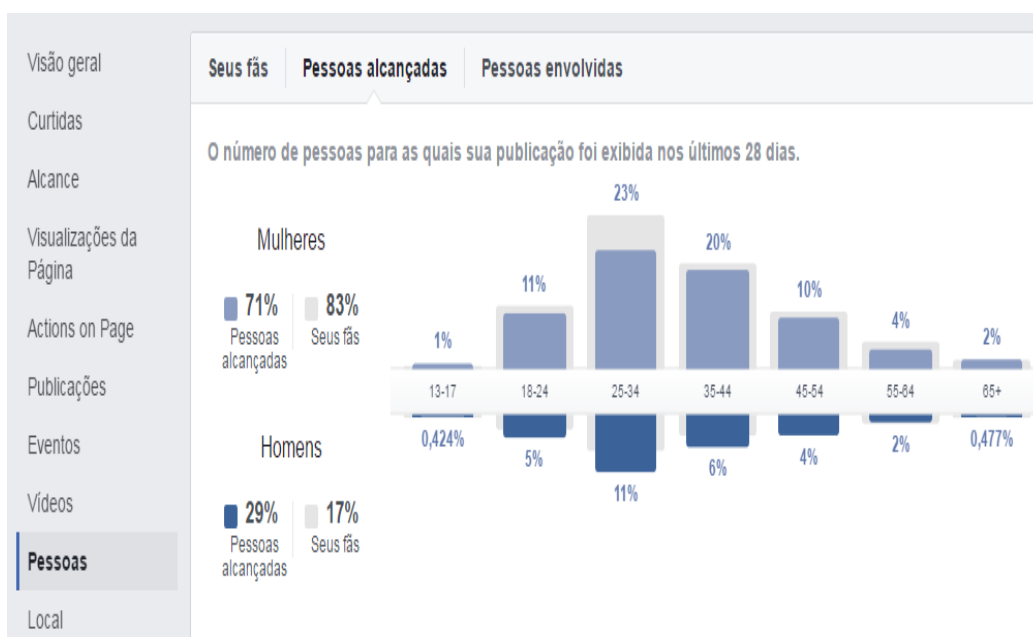
4.2.4 Pessoas

Figura 6 – Perfil dos seguidores



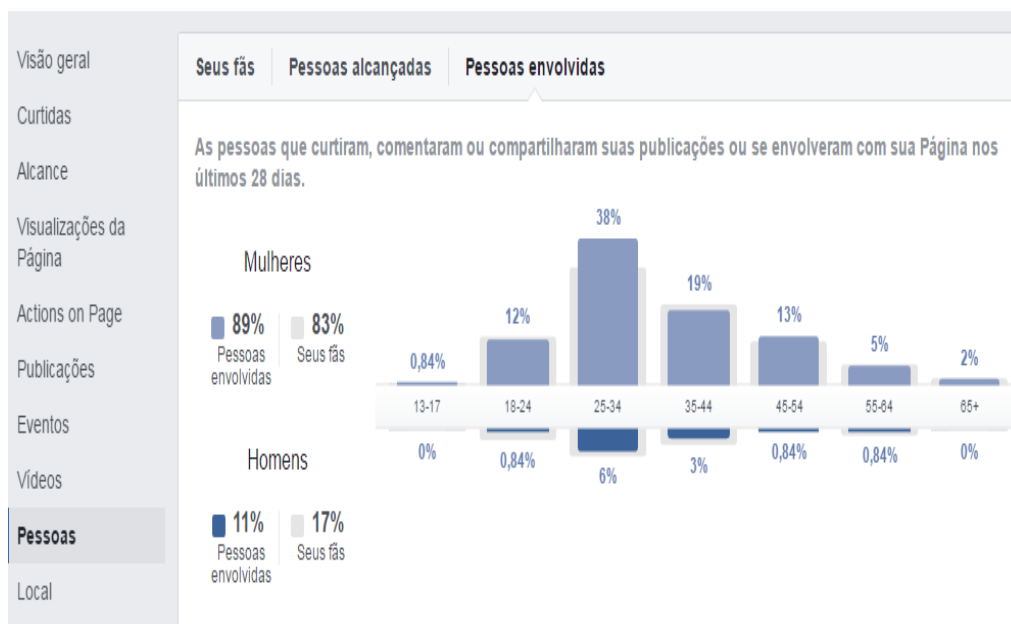
Fonte: <<https://www.facebook.com/ji108sul/insights/>>.

Figura 7 – Perfil das pessoas alcançadas



Fonte: <<https://www.facebook.com/ji108sul/insights/>>.

Figura 8 – Perfil das pessoas envolvidas



Fonte: <<https://www.facebook.com/ji108sul/insights/>>.

Nessa área é possível conhecer o perfil do público que curte a página. Essa guia é dividida em três partes: seus fãs, pessoas alcançadas e pessoas envolvidas.

A figura 6 apresenta características dos grupos de pessoas que curtem a página, conforme o gênero e a idade. Dos 168 seguidores, 68% são mulheres e 17% são homens. Os outros 15% não divulgaram caracterização de gênero no perfil do Facebook. Observa-se, ainda, por esse gráfico que 37%, entre homens e mulheres seguidores da página, estão na faixa etária de 25 a 34 anos.

Na figura 7 é possível verificar o número de pessoas alcançadas pelas publicações, de acordo com o gênero e a idade. No período de análise, 71% foram mulheres e 29%, homens. Desses, 83% das mulheres e 17% dos homens são seguidores da página. No mesmo sentido, na faixa etária de 25 a 34 anos, encontram-se 34% do número de pessoas alcançadas com as postagens.

Quanto à figura 8, observa-se o perfil das pessoas envolvidas, ou seja, que reagiram, curtiram, comentaram, compartilharam ou se envolveram com as publicações no período analisado, também em relação ao gênero e idade. Das mulheres, 89% foram envolvidas, sendo 83% fãs da página. Quanto aos homens,

11% foram envolvidos, sendo 17% fãs. Sobre a faixa etária, 44% estão entre 25 e 34 anos.

De acordo com Porto, é importante verificar esses dados com frequência, afinal, “a partir deles que você saberá se suas estratégias de segmentação e atração de público-alvo estão funcionando” (PORTO, 2014, p. 306). Para a autora, o acesso a esses dados possibilita o direcionamento do conteúdo postado para o público certo.

No caso deste trabalho, verifica-se que o maior número de seguidores é do sexo feminino, com faixa etária entre 25 e 34 anos. Esses dados podem ser interpretados como uma maior identificação e necessidade de aproximação das mulheres, geralmente mães das crianças que estudam no Jardim de Infância 108 Sul, no processo de interação e comunicação com a escola.

4.3 Descrição e análise dos questionários

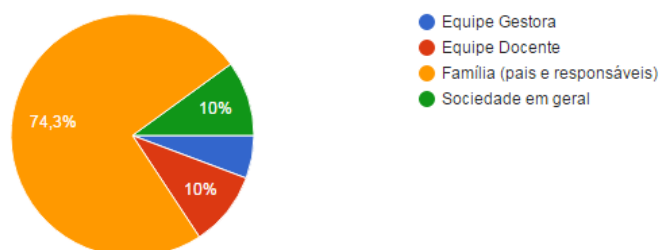
4.3.1 Descrição dos questionários

Os gráficos a seguir trazem os dados coletados dos questionários aplicados sobre a avaliação da página Jardim de Infância 108 Sul no Facebook, por meio da ferramenta *Google Docs*, aos membros da comunidade escolar (equipe gestora, equipe docente, pais e responsáveis, sociedade em geral). Realizados no período de 7 a 15 de julho de 2016, os questionários tiveram o total de setenta participantes. A divisão das categorias foi selecionada, *a priori*, com base nas perguntas que compuseram os questionários.

Conforme estudado nos referenciais teóricos e metodológicos, através de autores como Marconi e Lakatos (2007), a escolha da coleta de dados por meio de questionários para este trabalho ocorreu por ser uma técnica que não necessita da presença do pesquisador, atinge grande número de pessoas, proporciona respostas objetivas e apresenta maior uniformidade na avaliação.

Figura 9 – Gráfico do perfil dos participantes

Qual a sua função na comunidade escolar do Jardim de Infância 108 Sul?
(70 respostas)

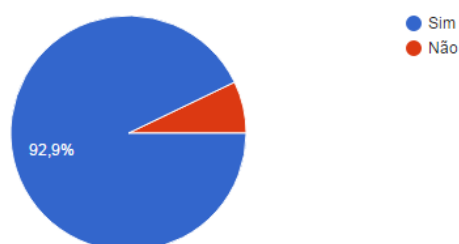


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

A figura 9 apresenta o gráfico do perfil dos participantes, conforme a sua função na comunidade escolar do Jardim de Infância 108 Sul. Ao todo, 70 pessoas participaram da pesquisa, dentre elas: quatro pertencem à equipe gestora, sete à equipe docente, cinquenta e duas às famílias e sete à sociedade em geral.

Figura 10 – Gráfico sobre perfil no Facebook

Você tem perfil no Facebook? (70 respostas)

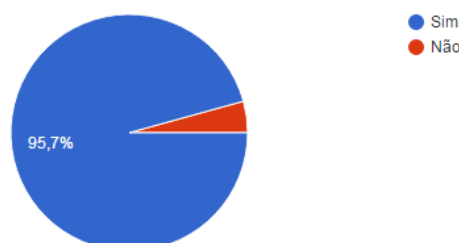


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

A figura 10 traz o gráfico de categorização do número de pessoas que possuem perfil no Facebook. Dos respondentes, sessenta e cinco são usuários da ferramenta e cinco não.

Figura 11 – Gráfico sobre seguidores da página

Você segue a página Jardim de Infância 108 Sul no Facebook? (70 respostas)

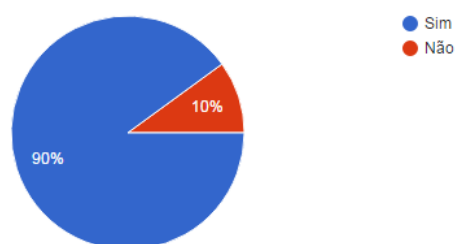


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

Na figura 11, o gráfico apresenta quantas pessoas seguem a página Jardim de Infância 108 Sul no Facebook. Delas, sessenta e sete são seguidoras e apenas três não.

Figura 12 – Gráfico sobre o uso da página no processo educacional

Você acredita que o uso da página pode favorecer no processo de ensino e aprendizagem? (70 respostas)



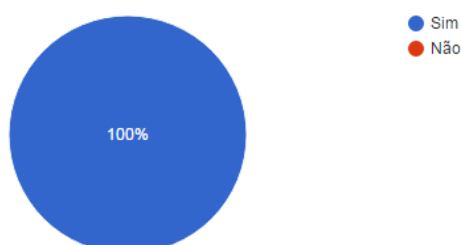
Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

O gráfico da figura 12 mostra a opinião dos participantes sobre o uso da página favorecer no processo de ensino e aprendizagem da instituição. Sessenta e três pessoas acreditam que sim, pode auxiliar, e sete não.

Figura 13 – Gráfico sobre contribuição da página para interação

A página contribui para a interação entre a comunidade escolar (gestores, docentes, família e sociedade)?

(70 respostas)

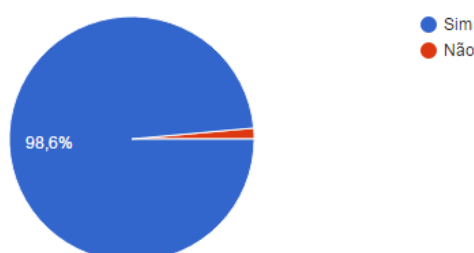


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

A figura 13 apresenta a visão dos participantes sobre a contribuição da página para a interação entre a comunidade escolar. Nessa questão, foi unânime a resposta afirmativa, ou seja, os setenta participantes acreditam que exista o suporte para a interação entre gestores, docentes, família e sociedade.

Figura 14 – Gráfico sobre o conteúdo da página

O conteúdo publicado na página é satisfatório? (70 respostas)

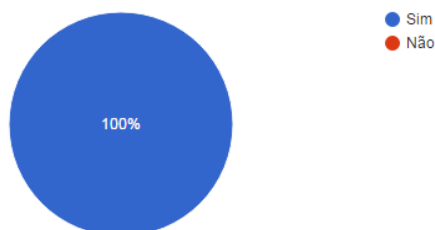


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

O gráfico da figura 14 se refere ao que os participantes opinaram quanto ao contentamento sobre o conteúdo publicado na página. Apenas uma pessoa selecionou a alternativa "não". As demais, sessenta e nove, afirmam ser satisfatório.

Figura 15 – Gráfico sobre publicação de eventos

Você considera interessante a publicação dos eventos ocorridos na escola (festas, datas comemorativas...)?
(70 respostas)

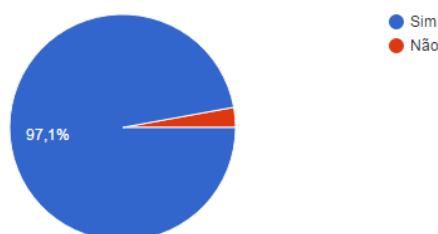


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

O gráfico da figura 15 traz a opinião dos participantes sobre considerarem interessante a publicação de eventos ocorridos na escola na página do Facebook. Todos afirmam que, sim, é importante.

Figura 16 – Gráfico sobre publicação de atividades cotidianas

A publicação de atividades cotidianas da escola é relevante? (70 respostas)

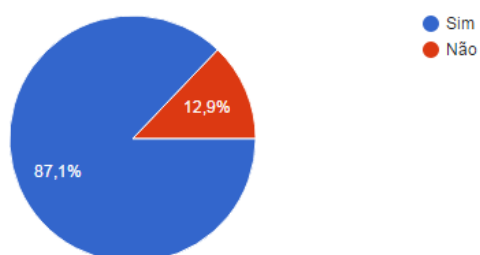


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

A figura 16 apresenta a resposta dos participantes sobre a importância de serem publicadas atividades cotidianas realizadas na escola. Do total, sessenta e oito concordam e dois não julgam relevante esse tipo de postagem.

Figura 17 – Gráfico sobre curtidas

Você costuma curtir postagens da página? (70 respostas)

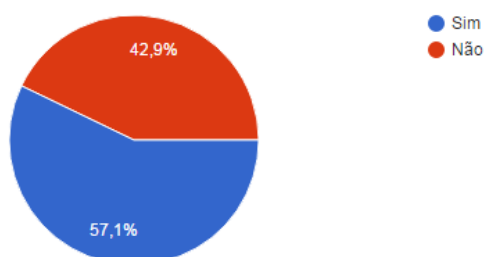


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

O gráfico da figura 17 traz quantos participantes costumam curtir as postagens da página. Sessenta e uma pessoas afirmam que sim e nove dizem que não.

Figura 18 – Gráfico sobre comentários

Você costuma comentar postagens da página? (70 respostas)

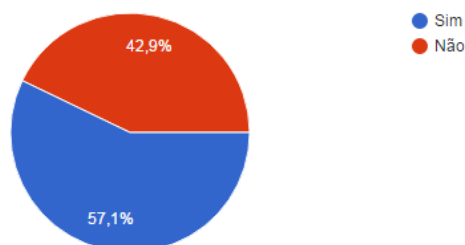


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

Sobre a figura 18, o gráfico traz quantos participantes costumam comentar nas postagens da página. Do total, quarenta responderam afirmativamente e trinta negaram.

Figura 19 – Gráfico sobre compartilhamentos

Você costuma compartilhar postagens da página? (70 respostas)

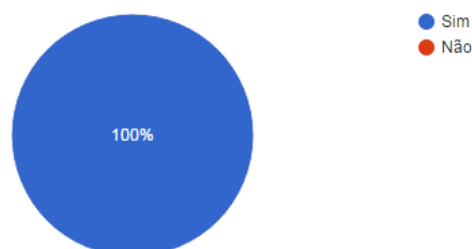


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

No gráfico da figura 19 foram questionadas quantas pessoas compartilham postagens da página. Assim como o número de comentários, quarenta afirmaram que sim e trinta disseram que não possuem essa prática.

Figura 20 – Gráfico sobre indicação da página

Você indicaria a página para alguma pessoa interessada nos assuntos abordados?
(70 respostas)



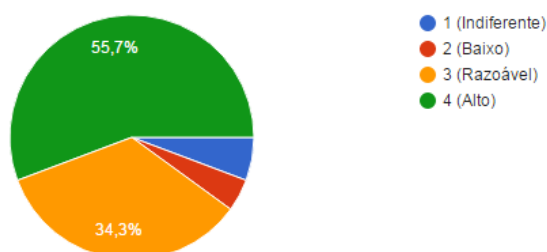
Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

A figura 20 apresenta o gráfico de quantos participantes indicariam a página para alguma pessoa interessada nos assuntos abordados. Todos confirmaram a recomendação.

Figura 21 – Gráfico sobre nível de melhorias

Depois da criação da página, qual o nível de melhorias percebidas no desempenho, participação e interação entre a comunidade escolar?

(70 respostas)

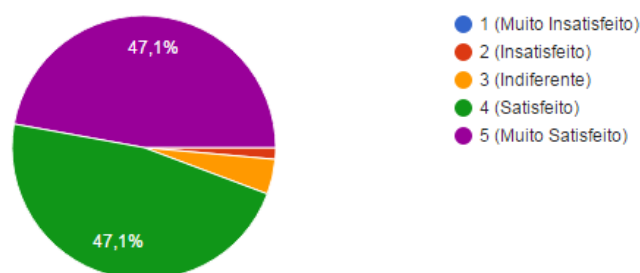


Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

Na figura 21, o gráfico mostra a opinião dos participantes sobre o nível de melhorias percebidas no desempenho, participação e interação entre a comunidade escolar, após a criação da página. Trinta e nove pessoas acreditam que foi alto, vinte e quatro disseram ter sido razoável, quatro foram indiferentes e três julgaram como baixo o grau de progressos alcançados.

Figura 22 – Gráfico sobre nível de satisfação

De 1 a 5, qual é o seu nível de satisfação sobre a página? (70 respostas)



Fonte: <<https://docs.google.com/forms/d/1b4A1jWqFz1fqoxzOBurZ7rKBKwmYq045-BukUcGqSrs/edit#responses>>.

O gráfico da figura 22 traz o nível de satisfação dos participantes sobre a página. Trinta e três pessoas consideram-se muito satisfeitas, trinta e três satisfeitas, três foram indiferentes e apenas uma afirma estar insatisfeita.

4.3.2 Análise dos questionários

A partir dos dados coletados nos gráficos, pode-se observar que a maioria dos participantes segue a página da escola no Facebook, acredita que possa favorecer no processo de ensino e aprendizagem e na interação entre a comunidade escolar, costuma curtir as publicações, afirma ser interessante a postagem de conteúdos relacionados aos eventos e atividades cotidianas, indicaria a página a pessoas interessadas nos assuntos etc.

Quanto aos níveis de melhorias percebidas e de satisfação sobre a página, considera-se que grande parte acredita serem altos. Dentre os participantes, sessenta e seis optaram pelas opções “satisfeito” e “muito satisfeito” sobre o contentamento da página. Sobre o grau de melhorias no desempenho e interação, sessenta e três escolheram entre “alto” e “razoável”.

Ao término das perguntas, foi disponibilizado um espaço para sugestões, críticas ou comentários acerca da página. Dentre eles, destaca-se:

1. “Acho muito interessante a página, também vejo como forma de aprendizagem e gostaria que postassem mais fotos do dia a dia dos nossos filhos...”.
2. “É muito importante tornar público o excelente trabalho realizado pela equipe do Jardim de Infância 108 Sul, principalmente fazendo uso do Facebook que é uma ferramenta de fácil acesso”.
3. “A página permite o acesso às atividades e eventos da escola e isso é muito bom. Nem sempre familiares ou interessados podem acompanhar de perto, então é uma forma de mantê-los atualizados e participativos”.
4. “Deveria haver mais postagens”.
5. “A página informa sobre o que acontece no Jardim e isso facilita o conhecimento da família sobre as atividades cotidianas da instituição”.
6. “Gosto muito da página, acho bacana as postagens feitas, meu filho adora ver as postagens da escolinha que ele tanto gosta”.
7. “Faltando falar sobre eventos externos para levarmos para nossos filhos”.
8. “Utilizar o site para divulgar mais as atividades culturais para a faixa etária alvo”.
9. “Inclusão de matérias de cunho educativo dirigidas aos pais”.
10. “A página poderia mostrar mais as atividades do cotidiano das crianças na escola”.
11. “Criação do site foi um grande passo”.
12. “Gostei da pesquisa que no final do semestre a Escola se preocupa em avaliar o desempenho da comunicação conosco, buscando o melhor atendimento... Tudo começa na educação infantil”. (Ver Apêndice A).

A partir das respostas, observa-se que a maioria dos participantes encontra-se satisfeita com a criação e o desenvolvimento da página no Facebook, considerando um processo importante para a instituição e a relação com a

comunidade escolar. Em alguns comentários, foram sugeridas publicações de conteúdos, como matérias educativas voltadas aos pais, dicas culturais de eventos na cidade. No entanto, também foi solicitado o aumento do número de postagens.

Com base na análise dos questionários e conforme os teóricos estudados, observa-se que o universo digital possui ampla aceitação da sociedade e possibilita pensar em novos métodos de comunicação no meio educacional. Como salienta Sartori e Roesler (2007, p. 4), a relação entre as mídias e a educação ocorre de forma interpessoal, independentemente da tecnologia. A partir disso, ressalta-se o fato de o educador ser ciente de que a transmissão do conhecimento e o direito à palavra não são exclusivos do profissional da educação, assim como a transmissão de informações não é exclusiva do comunicólogo (SOARES, 2003, p. 12).

As redes sociais online são mais uma forma de proximidade entre comunicação e educação. Elas permitem, segundo conceitos de Torres (2009, p. 113), que as pessoas supram a necessidade de se comunicarem e relacionarem com as outras de forma mais rápida, direta e eficaz. Com isso, percebe-se que a presença digital da instituição, no caso o Jardim de Infância 108 Sul, torna-se satisfatória para a comunidade que visa, dentre outros fatores, a proximidade e interação entre si e com a própria escola. A educação, aliada às ferramentas tecnológicas e de multimídias, pode proporcionar significativos resultados para a sociedade, descentralizando o saber e possibilitando novas formas de comunicação e aquisição de conhecimentos.

CONCLUSÃO

Com os avanços tecnológicos, as redes sociais conquistam grande espaço no cotidiano das pessoas. A facilidade de acesso por diversos aparelhos e mídias digitais, a possibilidade de comunicação, interação e informação são algumas características que justificam a significativa adesão dos usuários às plataformas de redes sociais. Dentre elas, o Facebook se destaca como principal ferramenta de acesso e participação entre o público brasileiro.

Este trabalho, devido à importância de inclusão das mídias digitais e redes sociais no espaço educacional, teve como objetivo verificar como o Facebook pode ser utilizado a favor da Educação Infantil, analisando a possibilidade de aproximação entre a comunidade escolar (gestores, docentes, família e sociedade em geral) do Jardim de Infância 108 Sul, escola pública do Distrito Federal, através da página na ferramenta de rede social.

A partir das relações estabelecidas entre educação e comunicação, das definições de Educomunicação e dos conceitos trazidos sobre redes sociais e o Facebook, considera-se que não é mais possível distanciar duas áreas que se complementam. Educação e comunicação são dois ramos voltados para o desenvolvimento do ser humano e, a partir do momento em que os benefícios de ambos se unem, ganhos significativos podem ser conquistados. Como é o caso de inserir corretamente o uso de redes sociais no ambiente escolar, independentemente do nível de ensino.

Após realizar a análise de dados das métricas de repercussão da página e dos questionários com a comunidade escolar, com base nos referenciais teóricos estudados, percebeu-se que o contato direto entre participantes do ambiente educacional pode refletir no desenvolvimento do processo de ensino e aprendizagem, afinal permite maior interação e acesso a informações por parte de pessoas responsáveis por administrar e cuidar dos maiores interessados a todos que, na Educação Infantil, são as crianças. A proximidade entre escola, família e sociedade é fundamental e, mesmo que indiretamente, irá interferir nesse processo.

Quando questionados sobre a relevância de publicar conteúdos cotidianos e de eventos da instituição, a resposta afirmativa foi quase unânime.

Também quando foram sugeridos assuntos a serem incluídos na página, alguns participantes solicitaram maior publicação de conteúdos, tanto referentes à escola, como de eventos externos relacionados à Educação Infantil. Esse fato mostra a satisfação em acompanhar o cotidiano escolar, as atividades e projetos realizados, além da possibilidade em poder opinar, compartilhar e avaliar os processos adotados.

Ainda com pouco tempo de existência e conteúdos a serem adaptados às demandas do público, o uso do Facebook, especificamente a página do Jardim de Infância 108 Sul, torna-se, portanto, fonte de referência para a escola que, a cada dia, visa a melhoria dos canais de comunicação com a comunidade escolar, o reconhecimento e a valorização enquanto instituição de ensino público de Educação Infantil de qualidade.

Diante da pesquisa realizada, conclui-se que é possível utilizar o Facebook como ferramenta de rede social a ser adaptada ao ambiente de Educação Infantil. Como afirma Nascimento (2007, p. 72), a instituição escolar não pode ignorar a presença e influência do meio digital no cotidiano da sociedade, mas sim “utilizar a internet como mais um recurso para dinamizar e facilitar o processo de ensino-aprendizagem”. A aproximação entre a comunidade escolar e o contato desse público com as informações e conteúdos disponibilizados na página são, portanto, características que se destacam nessa integração possibilitada pela parceria entre comunicação e educação.

Ressalta-se que outras redes sociais com alto nível de engajamento, conceitos e características específicas, como o Instagram e o Twitter, também poderiam ser ferramentas úteis no ambiente educacional. O uso dessas redes permite a adoção de novas práticas, desenvolvidas, nesse contexto, com o objetivo de proporcionar maior interesse, presença e interação social no processo de ensino e aprendizagem.

REFERÊNCIAS

- AMANTE, Lúcia. *Facebook e novas sociabilidades*. In: PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa (Org.). **Facebook e Educação**: publicar, curtir, compartilhar. Campina Grande: EDUEPB, 2014. p. 27-46. Disponível em: <<http://static.scielo.org/scielobooks/c3h5q/pdf/porto-9788578792831.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2016.
- BACCEGA, Maria A. **Comunicação/ Educação**: aproximações. In: BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50**: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- BRASIL. **Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990**. Dispõe sobre o **Estatuto da Criança e do Adolescente** e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm>. Acesso em 10 jun. 2016.
- BRASIL. **Lei n. 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm>. Acesso em 10 jun. 2016.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CORRÊA, Bianca Cristina. Considerações sobre qualidade na Educação Infantil. **Cadernos de Pesquisa**, n. 119, jul. 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n119/n119a05.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2016.
- DOURADO, Luiz F.; OLIVEIRA, João F. de. A qualidade da educação: perspectivas e desafios. **Caderno Cedes**, Campinas v. 29, n. 78, p. 201-215, maio/ago. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ccedes/v29n78/v29n78a04.pdf>. Acesso em: 25/6/16.
- FARIA, Amir. **Quais são as Redes Sociais mais usadas no Brasil**. Disponível em: <<http://analise.digital/blog/informacao/quais-sao-as-redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 2 jul. 2016.
- GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2014.
- GUTIERREZ, F. **Linguagem Total**: Uma pedagogia dos meios de comunicação. São Paulo: Summus, 1978.
- JACQUINOT, Geneviève. **O que é um Educomunicador?** Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/11.pdf>>. Acesso em: 6 jun 2016.
- LOMBARDI, José Claudinei (Org.). **Pesquisa em Educação**: história, filosofia e temas transversais. Campinas: Autores Associados; Caçador: UnC, 1999.
- LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em Educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

MARCONI, Marina. A.; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

MELLO, Luci Ferraz de; ASSUMPÇÃO, Cristina Mattos. Redes sociais, educomunicação e linguagem hipermediática: novas formas e novos espaços de aprendizagem. Rio de Janeiro: **Revista FGV**, 2012. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/revfgvonline/article/view/19438/18581>>. Acesso em: 8 jun. 2016.

MOREIRA, José Antonio; JANUÁRIO, Susana. *Redes sociais e educação*. In: PORTO, Cristiane; SANTOS, Edméa (Org.). **Facebook e Educação**: publicar, curtir, compartilhar. Campina Grande: EDUEPB, 2014.

MUÑOZ, T. G.; El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. **Almendralejo**, p. 1-28, mar. 2003. Disponível em: <http://www.univsantana.com/sociologia/EI_Cuestionario.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2016.

NASCIMENTO, João Kerginaldo Firmino do. **Informática aplicada à educação**. Brasília: Universidade de Brasília, 2007. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/profunc/infor_aplic_educ.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2016.

NUNES, Vera. **Pra gente grande entender melhor a criança**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2003.

OTONI, Ana Clara. **Brasileiros gastam 650 horas por mês em redes sociais**. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/nas-redes/post/brasileiros-gastam-650-horas-por-mes-em-redes-sociais-567026.html>>. Acesso em: 2 jul. 2016.

PERUZZO, Cicilia M. K. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicilia M. K. **Mídia comunitária**: comunicação e sociedade. São Bernardo do Campo: UESP, 1998.

PERUZZO, Cicilia M. K. **Comunicação comunitária e educação para a cidadania**. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>>. Acesso em: 5 jun. 2016.

PORTO, Camila. **Facebook Marketing**. São Paulo: Novatec, 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <<https://issuu.com/midia8/docs/socialmedia>>. Acesso em: 20 jun. 2016.

REEDY, Joel; SCHULLO, Shauna; ZIMMERMANN, Kenneth. **Marketing eletrônico**: a integração de recursos eletrônicos ao processo de marketing. Porto Alegre: Bookman, 2001.

SARTORI, Ademilde Silveira; SOARES, Maria Salete Prado. **Concepção dialógica e as NTIC**: a educomunicação e os ecossistemas comunicativos. Recife, 2005. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/86.pdf>>. Acesso em: 7 jun. 2016.

SARTORI, Ademilde; ROESLER, Jucimara. **Mídias e educação**: linguagens, cultura e prática pedagógica. Curitiba: SENAI-PR, 2007. Disponível em:

<http://www.agrinho.com.br/site/wp-content/uploads/2014/09/2_05_Midia-e-educacao.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2016.

SCOTT, David Meerman. **Marketing e comunicação na era digital**: fale diretamente com o cliente. São Paulo: Évora, 2013.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Alfabetização e Educomunicação**. 2003. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/89.pdf>>. Acesso em: 6 jun. 2016.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Mas, afinal, o que é educomunicação?** 2004. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/27.pdf>>. Acesso em: 6 jun. 2016.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Uma educomunicação para a cidadania**. 2005. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/6.pdf>>. Acesso em: 6 jun. 2016.

TORRES, Claudio. **A Bíblia do marketing digital**: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.

VIANA, Claudemir Edson; MELLO, Luci Ferraz de. Cultura digital e a educomunicação como novo paradigma educacional. Rio de Janeiro: **Revista FGV**, 2013. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/revfgvonline/article/view/19281/18555>>. Acesso em: 7 jun. 2016.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO, GRÁFICOS E RESULTADOS

PERGUNTAS

RESPOSTAS

70

Avaliação da página no Facebook: JI 108 Sul

www.facebook.com/ji108sul

Qual a sua função na comunidade escolar do Jardim de Infância 108 Sul? *

- ☐ Equipe Gestora
- ☐ Equipe Docente
- ☐ Família (pais e responsáveis)
- ☐ Sociedade em geral

Você tem perfil no Facebook? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

Você segue a página Jardim de Infância 108 Sul no Facebook? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

Você acredita que o uso da página pode favorecer no processo de ensino e aprendizagem? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

A página contribui para a interação entre a comunidade escolar (gestores, docentes, família e sociedade)? *

☐ Sim

☐ Não

O conteúdo publicado na página é satisfatório? *

☐ Sim

☐ Não

Você considera interessante a publicação dos eventos ocorridos na escola (festas, datas comemorativas...)? *

☐ Sim

☐ Não

A publicação de atividades cotidianas da escola é relevante? *

☐ Sim

☐ Não

Você costuma curtir postagens da página? *

☐ Sim

☐ Não

Você costuma comentar postagens da página? *

☐ Sim

☐ Não

Você costuma compartilhar postagens da página? *

☐ Sim

☐ Não

Você indicaria a página para alguma pessoa interessada nos assuntos abordados? *

☐ Sim

☐ Não

Depois da criação da página, qual o nível de melhorias percebidas no desempenho, participação e interação entre a comunidade escolar? *

☐ 1 (Indiferente)

☐ 2 (Baixo)

☐ 3 (Razoável)

☐ 4 (Alto)

De 1 a 5, qual é o seu nível de satisfação sobre a página? *

☐ 1 (Muito Insatisfeito)

☐ 2 (Insatisfeito)

☐ 3 (Indiferente)

☐ 4 (Satisfeito)

☐ 5 (Muito Satisfeito)

Deixe aqui uma sugestão, crítica ou comentário sobre a página Jardim de Infância 108 Sul:

Texto de resposta longa

PERGUNTAS

RESPOSTAS

70

70 respostas



RESUMO

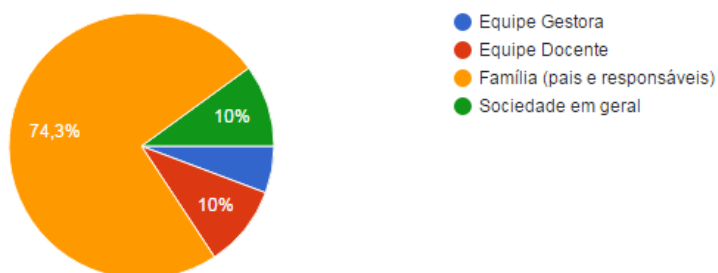
INDIVIDUAL

Aceitando respostas

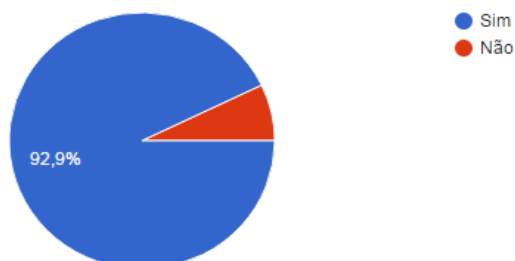


Qual a sua função na comunidade escolar do Jardim de Infância 108 Sul?

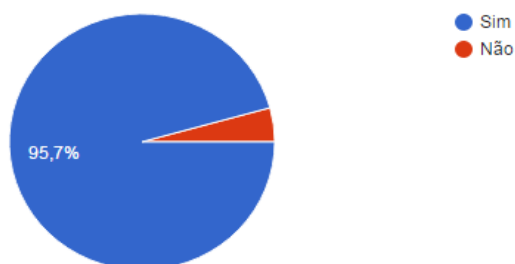
(70 respostas)



Você tem perfil no Facebook? (70 respostas)

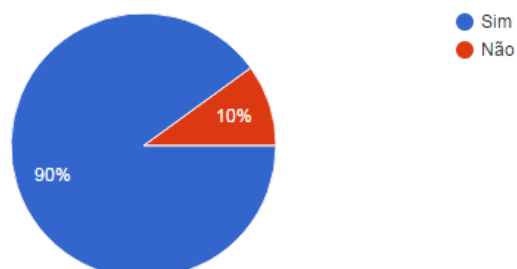


Você segue a página Jardim de Infância 108 Sul no Facebook? (70 respostas)



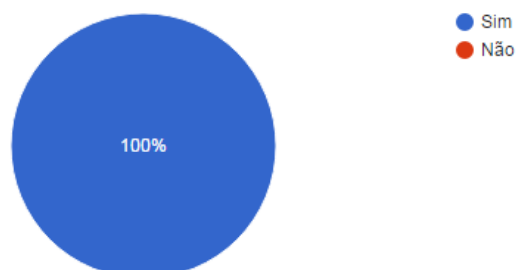
Você acredita que o uso da página pode favorecer no processo de ensino e aprendizagem?

(70 respostas)

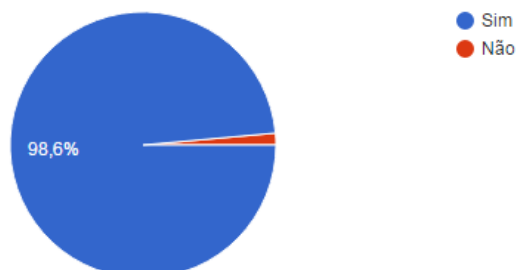


A página contribui para a interação entre a comunidade escolar (gestores, docentes, família e sociedade)?

(70 respostas)

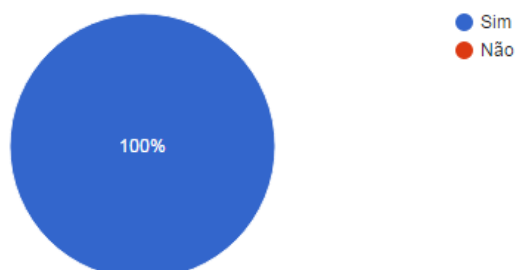


O conteúdo publicado na página é satisfatório? (70 respostas)

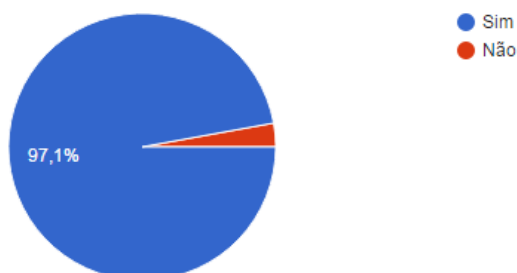


Você considera interessante a publicação dos eventos ocorridos na escola (festas, datas comemorativas...)?

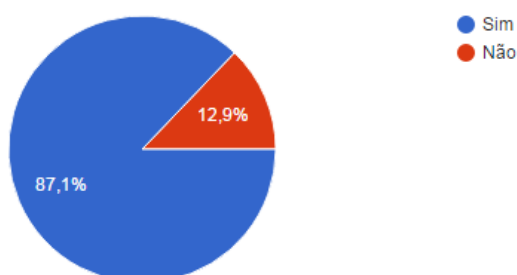
(70 respostas)



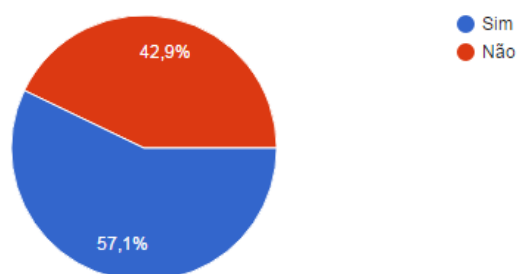
A publicação de atividades cotidianas da escola é relevante? (70 respostas)



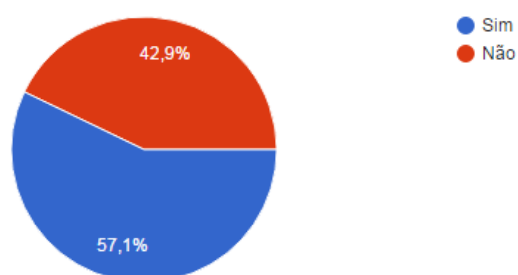
Você costuma curtir postagens da página? (70 respostas)



Você costuma comentar postagens da página? (70 respostas)

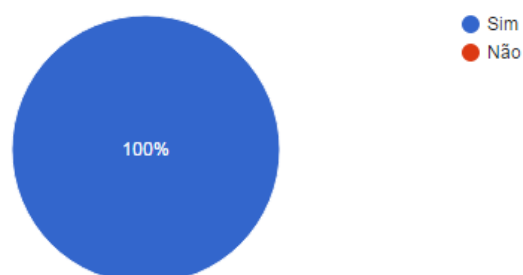


Você costuma compartilhar postagens da página? (70 respostas)



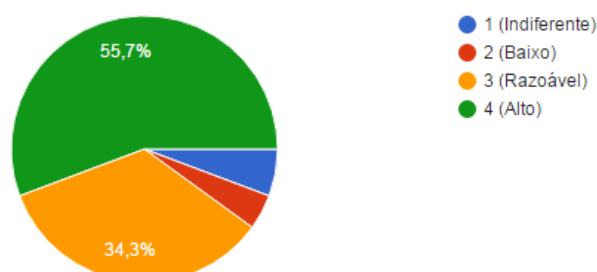
Você indicaria a página para alguma pessoa interessada nos assuntos abordados?

(70 respostas)

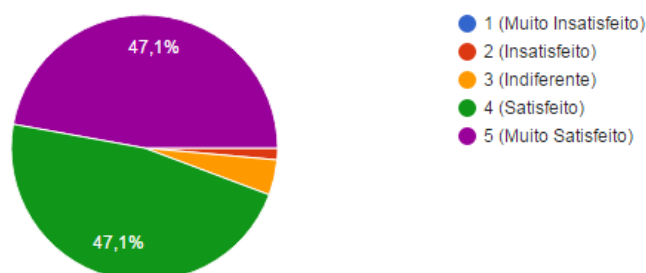


Depois da criação da página, qual o nível de melhorias percebidas no desempenho, participação e interação entre a comunidade escolar?

(70 respostas)



De 1 a 5, qual é o seu nível de satisfação sobre a página? (70 respostas)



Deixe aqui uma sugestão, crítica ou comentário sobre a página Jardim de Infância 108 Sul:

(40 respostas)

Satisfeita com o ensino do ji 108sul, obrigada pelo carinho que tens com os nossos pequeninos!!!!

Poderia passar comunicados pela página tbm como os bilhetes

Acho muito interessante a página,também vejo como forma de aprendizagem e gostaria de que postassem mais fotos do dia a dia dos nossos filhos...a escola é modelo e estou muito satisfeita da minha filha estudar ai...parabéns 😊

Escola pública diferenciada, onde a criança é a figura principal, tanto na busca pela integração da família como nas peculiaridades da vida de cada uma. Creio que poderia haver mais divulgação de datas históricas e de campanhas sobre comportamento social.

É muito importante tornar público o excelente trabalho realizado pela equipe do Jardim de Infância 108 Sul, Principalmente fazendo uso do Facebook que é uma ferramenta de fácil acesso.

Vcs estão de parabéns,q pena q o meu filho o ano q vem ñ vai ficar ai com vcs.

Adoro essa escola e sua equipe, sempre sonhei em meus filhos estudarem nela. Hoje realizo um sonho! A escola é ótima é equipe super bem preparada. Atenciosa ao extremo e sempre disponível.

A página permite o acesso às atividades e eventos da escola e isso é muito bom. Nem sempre familiares ou interessados podem acompanhar de perto, então é uma forma de mantê-los atualizados e participativos.

A página informa sobre o que acontece no Jardim e isso facilita o conhecimento da família sobre as atividades cotidianas da instituição.

Jardim de Infância super bem organizado, profissionais competentes e carinhosos que refletem nos rostinhos das crianças em alegria e aprendizado!
Parabéns! 🌟🌟🌟🌟🌟🌟

Gosto muito da página, acho bacana as postagens feitas, meu filho adora ver as postagens da escolinha que ele tanto gosta.

Deveria haver mais postagens.

Escola de excelência. Não tenho explicação pra falar do meu carinho por esta unidade. Posso dizer que sou apaixonada por este Jardim de Infância e só de ver o próximo ano chegando, vai me dando um aperto no peito. Pra vocês minha nota é 10...100...1000...100000000.... O site é ótimo, mas gostaria que tivesse mais informações no mesmo, tipo os avisos cotidianos por exemplo. Obrigada por fazerem meu mundo, do meu filhos e dos coleguinhas dele, cada dia melhor.

Escola família com professores e dirigentes comprometidos com as nossas crianças.

Utilizar o site para divulgar mais as atividades culturais para a faixa etária alvo.

Escola que se preocupa com o bem estar no sentido amplo.

Além do site, sugiro o uso do whatsapp entre pais e professores. Contato direto, na correria do dia a dia, é muito importante para o acompanhamento dos nossos filhos na Escola.

Toda divulgação em prol das crianças, nos aproxima mais da Escola.

Inclusão de matérias de cunho educativo dirigidas aos pais.

A semente plantada irá germinar, este é o Jardim mais florido que conheci do GDF. E meus outros filhos tiveram experiências não tão acolhedoras. Limpeza, organização e professores jovens e competentes, deixa a nossa filha com vontade de ficar para sempre.

Que os professores usem whatsapp com os responsáveis, maneira que aproxima mais.

A página poderia mostrar mais as atividades do cotidiano das criança na escola.

Meu filho infelizmente teve que sair dessa escola, mas ate hj ele fala que tem saudades. 108 sul e o melhor jardim de infancia de Brasília. Parabens!

Nota 10

Criação do site foi um grande passo.

Faltando falar sobre eventos externos para levarmos para nossos filhos.

Satisfação com a equipe de profissionais e a interação dos pais.

Não deixa a desejar a Escola Particular.

Um referencial de educação infantil na nossa Quadra.

Professoras animadas e especiais, pelo menos no período do meu filho. Ele diz que a tarde é especial com a tia Ju.

Convidar palestras preventivas o Corpo de Bombeiros, a Polícia Militar. Preocupo com a segurança da minha menina.

Não deixar brincar na areia na seca. Uniformes imundos e muita doenças

Fazer peça de teatro com exemplos do que não se deve fazer.

Gosto muito do meu filho não querer faltar a aula A Escola para ele é melhor que aqui em casa. Fico felizes.

Mais passeios para conhecerem melhor a cidade e sugestões de atividades em casa.

Gostei da pesquisa que no final do semestre a Escola se preocupa em avaliar o desempenho da comunicação conosco, buscando o melhor atendimento. Enquanto isso o governo e o país não valoriza seus professores. Tudo começa na educação infantil.

Não levar para poeira do parquinho com clima seco. Crises alérgicas

Jardim foi especial na vida do meu filho adolescente.

Banhar as crianças mais vezes na piscina clima quente

Parabéns para professoras e o carinho que passam